



#Spanishrevolution: internet e narrativas das lutas sociais no Twitter¹

Allan Cancian MARQUEZ²

Fabio Luiz MALINI Lima³

Universidade Federal do Espírito Santo, Espírito Santo, ES

Resumo: O presente artigo visa analisar como que a internet, por meio da rede social Twitter, conseguiu tornar-se forte aliada da população para a luta a favor da democracia. Graças ao percurso metodológico e do recolhimento de 160 *tweets* que continham a tag #spanishrevolution, que juntos obtiveram mais de 11500 replicações e do estudo de suas causas na crise da Espanha, pretende-se descobrir o poder que a web possui para organizar manifestações e lutar a favor da justiça da sociedade, bem como encontrar de que modo se dá a narrativa dessas lutas e os mecanismos usados pelas pessoas para se comunicarem e compartilharem ideias.

Palavras-chave: Twitter; #spanishrevolution; narrativa; colaboração; democracia.

1. A genealogia das narrativas compartilhadas

O termo blog ganhou esse nome somente em 1997, a partir da junção das palavras log (inventada online por Justin) e web (inventada por Berners-Lee). Das duas nasceu o acrônimo: blog, o primeiro gênero de publicação puro sangue da internet. De forma intimista, blogueiros praticavam o principal elemento da cultura da web: o hipertexto. Comentário mais link, eis o DNA de qualquer texto da blogosfera até hoje. Esse padrão textual revelou outra coisa. Blogs nasciam como uma prática cultural de seleção e filtragem do que havia de melhor no mar infinito e excessivo de informação da internet. O valor do blog reside, primeiro, na sua capacidade de relatar, de modo intimista, uma informação (seja um caso ou um link).

Já em 1999, nasce o Blogger, site que disponibiliza aos usuários da web um sistema automático para a publicação de posts. Agora não era preciso saber html para publicar, era só se logar ao Blogger, escrever um título, um texto e apertar a tecla enviar. Para

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do 5º período em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo da Ufes. Email: allancancian@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da Ufes. Email: fabiomalini@gmail.com



melhorar ainda mais, hackers desenvolvem um programa de comentários para blogs. O resultado mais impactante disso, para além dos mais de 100 milhões de blogs criados adiante e o fim da ladainha do “não tenho quem me publique”, foi a perda do monopólio da narração sobre o passado pertencentes aos grupos editoriais e de comunicação. Porque não só os usuários podem conectar qualquer informação antiga que esteja na rede com uma atual, como eles podem determinar o alcance de uma informação atual, replicando-a por diferentes interfaces.

Durante a primeira década do século XXI, o blog se tornou ainda mais uma linguagem vira-lata. A cultura da incorporação (*embed*) e a da classificação (*tagging*) trazida pelas mídias sociais (Youtube, Flickr, SoundCloud e tantos outros dispositivos da web 2.0) marcaram o período. E fizeram com que o post se tornasse ainda mais multimídia e interconectado a outros conteúdos e sites. Agora uma crônica é postada junto com uma trilha sonora, ou vice-versa. Agora uma foto faz parte da estrutura de um poema (senão é o próprio). Agora o usuário pode ir lá dentro do áudio e deixar o comentário sobre aquele instante sonoro. Agora o autor pode classificar o seu texto como “mpb” que o sistema coloca-o “junto misturado” a tudo que foi publicado sobre o tema, de maneira que a leitura de um post conduz a um outro, que se conecta a um outro, melhorando o consumo de informação para além daquela navegação escapista típica da hipertextualidade da web 1.0.

Nessa primeira década do século XXI, a blogosfera passou por um período de expansão, através da agregação de novos dispositivos que radicalizam essa sina de transformação das pessoas online em portais de comunicação, como analisava Rheinghold (2004). Agora qualquer pessoa com acesso à internet pode ter em seu blog de um canal de vídeos ao vivo produzidos diretamente de telefones celulares a uma galeria de imagens e vídeos, tudo facilitado pela criação de comunidades que geram *templates* e *plugins* dos mais diversificados possíveis, fazendo com que aquele formato tradicional de página com layout pré-fabricado e com funções bem delimitadas se torne agora coisa do passado.

A invenção do Tumblr e Twitter e a ideia dos “seguidores” significou um novo passo na cultura blogueira. Com esses dois novos dispositivos, tanto o público, quanto o blogueiro virou seguidor, estando e criando um emaranhado de clusters de publicações online, agora transmutadas sob o nome de perfis, facilitando a republicações, respostas (*reply*), curtições e comentários de suas atualizações. Já existentes nos blogs como



ferramentas de organização de conteúdos, as tags se transmutaram em *hashtags*, agregando todos os relatos sobre determinados assuntos, gerando memórias dos fatos cotidianos e possibilitando o ranqueamento dos assuntos do momento, transformando assim relatos fragmentados em notícias gerais e comuns.

Ao observar mais atentamente o Twitter e o Facebook, verificaremos que eles têm como característica a cultura *open source* dos blogs, pela maneira como criam suas especialidades (recheadas de aplicações fabricadas pelos próprios usuários e incorporadas às suas interfaces). São verdadeiras fábricas sociais, como bem analisa o filósofo italiano Antonio Negri, ao se debruçar como o cérebro se tornou a grande força produtiva de nosso tempo. Mas, nesses dispositivos, é sobretudo a noção do tempo que é mais percebida. É esse tempo do ao vivo que se traduz na interface da cronologia inversa, que pede o mais recente no topo, eis o DNA blogueiro nos dispositivos de mídias e redes sociais.

O surgimento das *hashtags* explica, em parte, o aparecimento das narrativas compartilhadas, em que um universo infinito de usuários, ao utilizar o símbolo #, se lança numa conversa agrupada pelo Twitter, em que todos possuem papéis específicos, com a consciência que estão a participar de uma contagem de história única, porém múltipla. A *hashtag* acaba por virar um link que armazena tudo que foi publicado sobre determinado assunto/história (#). Casos como #paznorio, #fichalimpa, #calabocagalvão, #morrediabo, são apenas algumas das histórias construídas de forma conjunta pelos usuários de internet, tipicamente hipertextualizadas, multimidiáticas, interativas e comunitárias, ou seja, fabricadas com as marcas registradas da narratologia digital.

A narrativa compartilhada é sempre permeada de histórias paralelas de diferentes perfis que se juntam e mudam o seu caminho. À diferença da narrativa jornalística, marcada pela autenticação dos fatos, hierarquização de fontes, predomínio do passado, busca de uma enunciação à distância do fato narrado e repetição de versões únicas; a narrativa colaborativa p2p é o relato feito por uma multiplicidade de perfis na internet que portam o tempo da linha do tempo (o agora), assumem o franco falar como regra para se alcançar a verdade, identificam-se como sujeitos unidos ao acontecimento, têm a republicação como estratégia de alargamento de audiência, o rumor como grande antagonista e a dissidência como elemento principal da formação do enredo geral da História.



2. Metodologia da pesquisa

Este trabalho busca analisar a tipologia dos tweets mais *retweetados*, no caso a *#spanishrevolution*. Para isso, como forma de análise de todos esses inúmeros dados que nunca paravam de chegar, foi usado o site “Topsy.com”. O Topsy é um motor de busca em tempo real, que pesquisa na web o assunto procurado, qualifica o que encontra e classifica esses resultados, tornando mais fácil a busca por *tags*, graças a sua indexação ligeira dos *tweets* do Twitter. O Topsy exhibe os resultados em tempo real para os termos relacionados e artigos, *trending topics*, links influenciadores, entre outros. Por consequência da sua integração com o Twitter, o site permite saber se um *tweet* foi *retweetado* e qual a influência que ele teve na rede social e também cria um gráfico dos termos pesquisados, mostrando suas movimentações por um espaço de tempo de até 30 dias.

Toda essa carga informacional era debatida e compartilhada para as demais pessoas, que também começavam a fazer parte dessa roda quase infinita de fatos. Os espanhóis estavam começando a descobrir o real poder da internet. Essa manifestação a favor de determinadas exigências para a constituição de um país mais justo é criada por pessoas comuns, tendo elas algum tipo de status na web ou não. Essas pessoas podem ver e interagir com os depoimentos de outras pessoas, assistir vídeos e compartilhar as imagens em outras redes sociais, blogs etc. Grande parte do que é criado na internet, acaba sendo repassado para fora dela. Os perfis contam para seus pais, amigos e vizinhos, que contam para sua rede de contatos e assim sucessivamente.

A ideia central do Twitter é a de criar conteúdo colaborativo graças à ajuda dos usuários da rede social. No caso da *tag #spanishrevolution*, a narrativa do compartilhamento já acontecia há algum tempo na rede, mas ela teve seu clímax, ou seja, seu ponto de maior repercussão e atenção no dia 15 de maio, o dia da primeira manifestação na Puerta del Sol⁴.

Por meio da diversidade dos assuntos que apareciam na internet e dos novos acontecimentos, as pessoas começaram a criar novas *tags* e, na medida em que iam sendo publicadas e republicadas, iam se estabelecendo na rede social e entrando no *Trending Topic*. No caso do primeiro dia de manifestação, duas *tags* também foram

⁴ Puerta del Sol: Marco fundador da cidade de Madrid onde aconteceram algumas das manifestações da *#spanishrevolution* na Espanha.



bastante dispersadas: #15M e #acampadasol, fazendo referência para o dia e local do evento, respectivamente. Outras *hashtags* iam aparecendo conforme os dias se passavam, como #nolesvotes, #yeswecamp, #democraciarealya, #acampadabcn etc. Isso mostra como que os perfis estavam dinâmicos em relação ao que ocorria em volta. O compartilhamento ajudou a transformar cada vez mais e, no caso do Twitter, ganha um possível novo rumo quando uma pessoa *menciona* mais pessoas e essas, por sua vez, também começam a discursar sobre o assunto, colocando seus pontos de vista e demais coisas.

Com a ajuda do Topsy para documentar apenas os *tweets* que continham a *hashtag* #spanishrevolution, percebeu-se a repetição de certos tipos de mensagem feita por diferentes pessoas, perfis de sites de notícias e de grupos organizadores do protesto. Com isso, os 160 *tweets* analisados foram classificados, de acordo com a análise de conteúdo, em quatro categorias: informativos (*tweets* que continham algum tipo de informação sobre o que estava ocorrendo em tempo real nas manifestações ou que levassem a notícias publicadas sobre a revolução espanhola); opinativos (os que esboçavam opiniões das pessoas participantes das manifestações ou das que se sensibilizaram com o evento); relatos (mensagens criadas por quem participava e que postavam suas experiências na rede social); e apelativos (criadas por indivíduos que convidavam as demais pessoas para participarem ou ajudarem de certa forma).

As categorias, por sua vez, se dividiram em subcategorias que acabavam por se mesclar entre si, exibindo como que os *tweets* estavam bastante interligados. As subcategorias são: alarme (alertavam os *twitteiros* para determinada ação que iria ou estava ocorrendo); denúncia (acusações feitas por algum motivo); registro e registro jornalístico (registros de eventos em especial ocorridos nas manifestações); notícia (informações em tempo real); especulação (especulações sobre assuntos da manifestação); confirmação (comprovação das especulações criadas); histórico (mensagens que remetiam a algum fato do passado); opinião (*tweets* de caráter estritamente opinativo); protesto (reivindicações sobre o momento atual da Espanha); constatação (averiguações produzidas pelas pessoas); desejo (reivindicações proclamadas pelos perfis); indagação (perguntas feitas de forma indiretas às pessoas); e incentivo (*tweets* criados como forma de incentivar o público).

Os perfis tinham como premissa ajudar as demais pessoas no Twitter, dando desde informações a até incentivos para que a justiça começasse pelo povo. Os *tweets*



analisados eram usados para alertar a população sobre o movimento dos policiais, atualizações dos políticos e da eleição. Muitos tweets também eram feitos de certos momentos que ocorriam em tempo real, registrando tudo, inclusive sobre a localização de outros manifestantes.

Os *tweets* informativos eram criados como forma de informar a população sobre o que estava ocorrendo ou iria ocorrer nas manifestações, bem como o avanço da polícia. Foi usado bastante para divulgar os eventos e unir a população na causa. Embora os *tweets* opinativos fossem basicamente para descrever o que a pessoa queria dizer sobre o protesto, ela foi muito importante para incentivar os demais a publicar o que sentiam e a compartilhar determinado *tweet*. Os *tweets* de relato eram feitos basicamente por quem estava presente no momento nas manifestações. Eram criados para exibir a quem estava na internet, sobre o que estava acontecendo no momento nas praças da Espanha. Divulgavam bastantes fotos e vídeos, que depois eram *retweetados* pelo resto da rede. Já os chamados *tweets* apelativos possuem um texto convidativo e com discurso de inclusão e ação. A maioria deles é repleta de incentivo para participar do protesto ou *retweetar* e passar adiante a mensagem.

Cada pessoa de cada tipo de classificação possui algum tipo de singularidade, mas todas elas se resumem a querer mostrar para a população que com uma grande manifestação na internet e na vida fora dela, podem alcançar seus direitos.

3. A internet como luta social

A luta social está marcada na história dos seres humanos. Com a internet, a relação entre movimentos sociais e a narratologia dos protestos tornou-se ainda mais complexa, sobretudo, porque um inúmero infindáveis de atualizações e publicações passaram a ser realizadas em tempo real nas redes sociais.

Como possuímos escolhas diferentes das demais pessoas, a forma como é contado cada acontecimento passa por diversas mudanças, acrescentando mais riquezas a elas. Conforme abordam Deleuze e Guattari (1980), todos nós somos segmentados em diversos aspectos, por todos os lados e em todas as direções, onde cada um detém maior informação sobre determinado assunto ou sobre determinada situação.

No meio das novas tecnologias, o advento da Internet reformulou a relação que tínhamos entre a tecnologia e a comunicação, pois pela primeira vez a conexão entre cada pessoa (representado seu seguimento) e as demais que compartilham das mesmas



ideias, graças aos mais diversos mecanismos de comunicação, torna-se possível e real. É assim que ocorrem as discussões na web, onde “pessoas com interesses mútuos encontram-se e começam um ‘projeto’ ou uma série de ‘projetos’” (MANOVICH, 2005). O conceito que Manovich reflete é basicamente o que ocorreu com a *tag #spanishrevolution*, a de integração entre pessoas que compartilham e lutam pelas mesmas ideias, a fim de alcançar aquilo que buscam. No caso da Espanha, a denúncia da corrupção da classe política no país e o desemprego dos jovens, bem como mais liberdade na internet, serviam como base.

No formato colaborativo da web, onde permanecem vários autores com várias características, ocorre um grande impacto entre as pessoas e seu objeto de luta, criando assim conflitos dentro e fora da rede. Como aborda Malini (2008), a internet possibilitou essa nova forma de comunicação, sem a presença ativa de um jornalista para mediar a “conversa”, o que significa que todos têm voz e criam suas próprias redes, totalmente interligados.

A colaboração dos usuários na internet é feita por todos, criada em massa e construída por pessoas que não se conhecem, mas que pensam de forma semelhante. Isso é afirmado por Gillmor, quando ele diz que “pela primeira vez na história moderna, o usuário está no comando, como consumidor e produtor” (GILLMOR, 2004).

Essas manifestações sociais, de acordo com Pierre Lévy (1999), transformam a internet em seu verdadeiro uso, tornando-a interativa e mobilizada, onde qualquer um pode acrescentar informações na rede. Em sua concepção, a internet é toda conectada, onde pessoas se encontram em sites de relacionamento para debater sobre assunto de mútuo interesse, criando comunidades onde trocam conhecimento e ajuda, evoluindo a inteligência coletiva das pessoas que participam dessas comunidades.

Uma vez que uma informação pública se encontra no ciberespaço, ela está virtual e imediatamente à minha disposição, independentemente das coordenadas espaciais de seu suporte físico. (...) Torna-se possível então que comunidades dispersas possam *comunicar-se por meio do compartilhamento de uma telememória* na qual cada membro lê e escreve, qualquer que seja sua posição geográfica. (Pierre Lévy, 1999, p. 93 e 94)

O debate dessas ideias torna-se livre na internet, pois podem navegar pelos sinais digitais de um ponto a outro, sem precisarem ser filtradas por algum tipo de mecanismo, como afirma Pierre Lévy. Isso deixa o Estado sem controle sobre o que é dito, fazendo com que as pessoas interessem-se mais pelo assunto e pela liberdade de expressão.



Quando o Estado tenta interferir nos protestos de alguma forma “brutal”, a sociedade passa a prestigiar ainda mais aquele movimento, como ocorreu na Espanha.

Quando uma pessoa ou um grupo quer chamar a atenção das outras pessoas inseridas na rede, eles não precisam necessariamente ter muitos seguidores. Qualquer um pode criar uma conta no Twitter e começar a interagir com as pessoas, expondo seu ponto de vista, por exemplo. É claro que a chance de alguém ler o que você escreveu ou ver o vídeo que postou, dependerá da quantidade de seguidores que você possuirá na rede. Para Barabási (2009) “na web, a medida de visibilidade é o número de links. Quanto mais *links de entrada* para nossa página na web, mais visível ela será”.

Uma ferramenta muito utilizada pelos revolucionários para chamar a atenção da população espanhola foi os *Trending Topics* do Twitter, que a deixaram mais visível às pessoas que participam dessa rede social, exibindo todos os *tweets* de determinados assuntos. Entretanto, o quesito de exibição ainda será quantificado pela quantidade de seguidores que você possui em sua rede de contatos, onde eles poderão compartilhar para seus seguidores os seus *tweets* e assim por diante.

O poder da web está nas conexões (nos links), os localizadores uniformes de recursos (URL's), que nos permitem transitar, com o clique de um mouse, de uma página a outra. Esses links transformam a gama de documentos individuais em uma grande rede percorrida por cliques de mouse. (Barabási, 2009, p. 28)

É com essa prática de ideias e com esse debate incessante nas redes sociais, que é criado e recriado a percepção de ajuda e luta por uma causa na internet. No olhar dos autores Piotet e Pisani (2010), todos nós produzimos incessantemente conteúdo para a rede mundial de computadores. Essa narrativa é criada graças à participação de todos que habitam na web e quanto mais conteúdo possui, mas fácil de ser entendida fica.

Eles citam que “cada participante só tem conhecimento parcial do conjunto, mas a colaboração, as interações múltiplas, a sinergia em obra conduzem ao surgimento de novas propriedades que podem muito bem nomear ‘inteligência coletiva’”, o que retoma a ideia de inteligência coletiva dita por Pierre Lévy e ajuda a explicar como que as pessoas unem-se a desconhecidos por uma causa, seja ela qual for.

Na perspectiva dos autores Arquilla e Rondfeldt (2003), o uso que o movimento criou na web é considerado *multicanal* ou *matriz*, por serem usadas como “as redes de colaboração dos grupos militantes a favor da paz, em que cada um está conectado com



todos os demais”. Esse tipo de forma de organização que os autores descrevem é exatamente como o que ocorreu com as manifestações na Espanha, pois o Twitter tornou-se o palco central para discussão de ideias e implementação de passos para evitar toda a corrupção que estavam vivenciando.

4. A história da #Spanishrevolution

Muitas cidades em volta da Espanha demonstraram força e mobilização contra a crise financeira do país, seus políticos, seus banqueiros e o desemprego acentuado dos jovens. Desde que o país mergulhou em recessão em 2008, esses foram os protestos mais marcados e feitos principalmente de jovens que montaram acampamentos nas praças principais de todo o país.

Com um movimento apelidado de 15-M, que faz menção ao dia da primeira manifestação (15 de maio), também foi impulsionado graças a Lei Sinde⁵ aprovada em 15 de fevereiro de 2011 na Espanha, que permite que sites de downloads ilegais fossem tirados do ar à força pelo governo. Esse evento aguçou a vontade do povo de ter mais participação política, já que a lei foi aprovada sem o consentimento da maioria dos espanhóis, tendo em vista o desconforto causado pela corrupção dos partidos políticos da Espanha (PP, PSOE, CiU, entre outros).

Inspirados pelas manifestações ocorridas nos países árabes, o movimento iniciou-se no berço da internet, mais especificamente em blogs de grupos organizadores, no Twitter, no Facebook e em diversos outros sites, atraindo cada vez mais jovens e simpatizantes com a mesma ideia de mudança e a implantação definitiva da democracia. No microblog Twitter a mobilização foi maior ainda, graças à criação de *hashtags* como #spanishrevolution, #15m, #acampadesol, #yeswecamp e #democraciarealya, em que as informações eram divulgadas e debatidas. Graças a grande participação do povo usando essas *tags*, elas apareceram nos *Trending Topics* do Twitter e ali ficaram por muitos dias, chamando cada vez mais pessoas para o movimento.

Os manifestantes iam às ruas e à internet de forma pacífica para mostrarem a indignação com o atual momento do país. Qualquer ato contra eles era divulgado por meio de *tweets*, vídeos, áudios e postagens em blogs, que logo eram reverberados para todo o

⁵ Lei Sinde: uma regulamentação antipirataria que permite fechar sites de download de conteúdos ilegais protegidos por direitos autorais. Foi aprovada na Espanha no dia 15 de fevereiro de 2011.



mundo. Eles ficaram acampados na *Puerta del Sol* e nas proximidades até que a eleição, que foi no dia 22 de maio, fosse consumada.

A cada novo dia, mais pessoas de todas as idades e de outras cidades do país se sensibilizavam com a manifestação e entravam no espírito revolucionário. Em 27 de maio, um incidente ocorreu com os manifestantes que se situavam na Praça da Catalunha, em Barcelona. Eles foram forçados pelas brigadas da polícia a sair da praça onde estavam. Isso gerou grande repercussão na internet, expandindo para todo o mundo a violência explícita dos policiais, que abriam caminho com tiros para o ar, golpes de bastão e canhões de limpeza nos protestantes que se recusaram a sair do local onde estavam, sentando no chão. Esse evento acabou gerando no Twitter a *hashtag* #bcnsinmiedo, em que as pessoas que estavam no local enviavam fotos e vídeos denunciando o ocorrido.

A internet ajudou exponencialmente na divulgação de informações, ajudou a relatar tudo o que estava ocorrendo com as pessoas e com o governo Espanhol, serviu como base para integração de opiniões e para ajudar a unir ainda mais os cidadãos espanhóis. Sem líderes visíveis e um sistema de comunicação descentralizado onde todos tinham voz, as mobilizações na Espanha tornaram-se mais um movimento global que as estruturas tradicionais têm dificuldade em interpretar.

5. #Spanishrevolution: arqueologia da narrativa dos tweets

Dentre os assuntos da #spanishrevolution incorporados à web, houve aqueles que acabaram por se sobressair mais que os outros. No campo do Twitter isso também foi notado pela análise da *tag*, destacando quais *tweets* conseguiram maior número de repostagens, os chamados *retweets*.

As pessoas *retweetavam* mensagens que passavam os valores que elas procuravam compartilhar para seus *followers* e *tweets* que continham informações provadas pelos meios de comunicação ou pessoas que estavam diretamente no protesto. Isso explica porque que a maioria dos *tweets retweetados* tinha como origem pessoas que estavam nas manifestações ou que eram de certa forma ligada a elas. Pela ajuda do Topsy para “garimpar” tudo o que era relevante no Twitter sobre a *tag* #spanishrevolution, foi observado que grande parte do que era replicado, tinha vindo de pessoas com um número considerável de seguidores na rede social. Eram especialistas em política e comunicação, professores, blogueiros, entre demais outros.



O número de pessoas que compartilharam as informações vindas de tais perfis dependia do momento que as manifestações se encontravam. Cada pessoa tinha o seu motivo aparente para postar e para compartilhar determinada coisa. Em geral os tweets sobre os protestos se caracterizam por quatro formas: a informativa, a opinativa, a de relato e a apelativa.

5.1. O tweet como informação

Os tweets classificados como informativos, além de logicamente distribuir informações, eram criados por pessoas não individualistas e que queriam que todos soubessem o que estava ocorrendo na Espanha.

No caso do *tweet* abaixo, criado pela @kpeiro, um perfil no Twitter com cerca de 1450 seguidores, o importante era divulgar para as demais pessoas que estava acontecendo uma exibição Ao Vivo, direto do acampamento em Barcelona. Um fato interessante é que mesmo escrevendo #spanishrevolution de forma errada, o Topsy considerou como certo.



@kpeiro
Karma Peiró

Ustream camp Barcelona. Thousands of peaceful people demanding democracy
<http://bit.ly/l6If6V> #spaniishrevolution
#acampadabcn

27 maio via TweetDeck ☆ Favorito ↻ Retweeter ↻ Responder

Tweet 1: Karma Peiró noticia as pessoas sobre uma exibição ao vivo, direto de Barcelona.

Pessoas que julgavam esse vídeo ao vivo como sendo algo muito importante, retweetavam e compartilhavam para seus amigos. Muitas vezes também copiavam apenas a URL do site e criavam sua própria mensagem e postavam na rede, angariando mais RT's e espalhando mais ainda a exibição.

5.2. O tweet como opinião

As mensagens que continham opiniões eram criadas e compartilhadas pelas pessoas que julgavam as opiniões como o tipo de *tweet* que mais fazia parte para aumentar a popularidade das manifestações e alavancar o número de pessoas participantes. No post a seguir, criado por @pablomp2p, perfil com cerca de 2890 *followers*, ele considerou importante esboçar sua opinião sobre o que os manifestantes queriam para o futuro da



Espanha, um país com mais transparência e com um governo decente. Ele se colocou no lugar de todas as pessoas, usando sua “voz” para mostrar o que o povo queria.



@pablomp2p
Pablo Soto (MP2P)

Queremos que ni un político corrupto ostente cargo alguno. Queremos transparencia total. #nonosvamos #spanishrevolution #acampadasol

17 maio via web ☆ Favorito ↻ Retweeter ↩ Responder

Tweet 2: Pablo Soto pede pelo começo de um governo decente.

5.3. O tweet como relato

Na casa dos *tweets* caracterizados como relato, as pessoas buscavam passar para o mundo da internet o que ocorria no exato momento de cada hora da #spanishrevolution. Por ser criada por sua maioria por pessoas que estavam nas manifestações, eram considerados como os *tweets* que alimentavam o Twitter, pois eram as informações mais apontadas como verídicas e em tempo real. Abaixo, o perfil @thecucos posta que a população de Madri grita afirmando que Barcelona não está sozinha e que todo o povo está com ela. Esse perfil possui em torno de 200 seguidores e seu *tweet* chegou a ser *retweetado* 77 vezes, mostrando que não precisa necessariamente ser seguido por milhares de pessoas para conseguir ter voz na internet.



@thecucos
The Cucos

En Madrid se grita BARCELONA, NO ESTAS SOLA! BARCELONA, NO ESTAS SOLA! #spanishrevolution #acampadasol #15m #nonosvamos

27 maio via Osfoora for iPhone ☆ Favorito ↻ Retweeter ↩ Responder

Tweet 3: O perfil The Cucos comenta o que o povo grita nas ruas de Madri.

As pessoas compartilharam esse *tweet* como forma de dizer que elas estavam com Barcelona e com toda a Espanha, mostrando a união do povo em favor de um país mais justo e democrático. É o tipo de post que provoca emoção, exibindo como que todos estavam ali para apoiar a situação.



5.4. O tweet como apelo

A última categoria é a apelativa, criada por perfis que tinham em mente o compartilhamento do que escreviam ou que pediam às pessoas determinada participação na #spanishrevolution. Eram criadas voltadas para a interação entre os perfis do Twitter, estivessem eles em casa ou conectados na rede social direto dos protestos. No próximo *tweet*, é observado que o perfil @pilarportero está dando um direito de resposta para que algum político *online* no Twitter possa dar o seu comentário sobre o que estava ocorrendo na Espanha. Foi uma forma usada por ela para incentivar uma pessoa tecnicamente do lado oposto ao movimento, para tentar esclarecer ao povo o que ele achava de tudo aquilo.



@pilarportero
pilar portero

Algún político tuitero tiene alguna reflexión sobre #acampadasol o #spanishrevolution ¿este tema esta fuera de la campaña electoral?

16 maio via web ☆ Favorito ↻ Retweeter ↩ Responder

Tweet 4: Pilar Portero pede para que algum político online dê seu parecer sobre a revolução espanhola.

Tweets semelhantes a esse também eram bastante criados e compartilhados para a rede social, com posts voltados as massas, sejam pedindo para que participem da #spanishrevolution ou que pudessem ajudar de alguma forma física nas praças de protesto.

6. Conclusão

Usando a *hashtag* #spanishrevolution e as demais outras que surgiram graças a essa, os perfis compartilhavam entre si as notícias de outros perfis, citavam quando necessário, expressavam suas opiniões e relatavam tudo o que ocorria fora da internet, expondo como que a rede estava muito conectada. Arquilla e Rondfeldt encontram-se em uma ideia de Pierre Lévy que exemplifica bem que “não se trata mais de uma difusão a partir de centros, e sim de uma interação no centro de uma situação, de um universo de informações, onde cada um contribui explorando de forma própria, modificando ou estabilizando (o ciberespaço)”.



A narrativa de protesto no espaço das redes sociais ocorre exatamente assim e necessita de colaboração para desenvolver seu início, meio e fim. Murray (2001) explica sobre a empolgação que os perfis possuem para criar *posts* com seus relatos, opiniões e incentivos na web, modificando o espaço narrado. O autor também afirma que “achamos os ambientes procedimentais atraentes não apenas porque eles exibem comportamentos gerados a partir de regras, mas também porque podemos induzir o comportamento”. Em nosso mundo atual, os rumos que os perfis dão na internet são extremamente importantes para determinar também o futuro do que acontecerá nas ruas de um país.

No pensamento de Muniz Sodré “muitas reflexões dependem das experiências em primeira mão de outros, associação entre conhecimento e autópsia” (SODRÉ, 2009), onde diz que grande parte do que é publicado na web sobre determinado acontecimento é criado por pessoas que fazem parte ativamente do fato. São pessoas que estão em uma marcha, protesto ou, no caso da #spanishrevolution, participando das manifestações nas praças da Espanha. São essas pessoas que servem como base para as outras que não estão presentes no acontecimento, mas que *tweetam* sobre ele.

Os movimentos criados no berço da internet são compostos por histórias que unem várias pessoas, aberta para que qualquer um possa inserir seu conteúdo e contribuir com o entendimento da narração. É composta por links que inserem ainda mais complemento para a participação e que espalha para as redes o assunto, chamando mais pessoas para debater e continuar a recriar a história.

Tudo foi postado por um simples objetivo: o de mostrar à Espanha que sua população não queria mais aquilo que viviam e que era hora de mudança. Pelas ferramentas da internet, essa luta tornou-se mais evidente para as demais pessoas, o que mostra como que a web está integralmente ligada a qualquer tipo de assunto, de uma simples brincadeira a até a batalha pela democracia.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ARQUILLA, J e RONFELDT, D. **Rede y guerras em red**. Madri: Alianza editorial, 2003.

BARABÁSI, A. **Linked**: how everything is connected to everything else and what it means for business, science and everyday life. New York: Plume, 2003.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil platôs**: capitalismo e esquizofrenia. v. 1. Trad. Aurélio Guerra e Célia Pinto Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

GILLMOR, D. **Nós, os media**. Lisboa: Editorial Presença, 2005.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MALINI, F. **Modelos de Colaboração nos meios sociais da internet**: uma análise a partir dos portais de jornalismo participativo. In: ANTOUN, H. (Org.). **Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2008.

MANOVICH, L. **Quem é o autor?** Sampleamento, remixagem, código aberto. In: Brasil, André et.al (orgs). **Cultura em fluxo: novas mediações em rede**. Belo Horizonte: Editora PUC-Minas, 2004.

MURRAY, J. **Hamlet no Holodeck**. O futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Unesp, 2003.

NEGRI, Antonio, Hardt, Michael. **Multidão**. São Paulo: Record, 2005

PISANI, F.; PIOLET, D. **Como a web transforma o mundo**. A alquimia das multidões. Trad. Gian Bruno Grosso. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

RHEINGOLD, H. **Multitudes Inteligentes**: la próxima revolución social. Barcelone: Gedisa, 2004.

SODRÉ, M. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.