

#SpanishRevolution: a internet e suas narrativas como uma nova forma de se contar histórias no Twitter¹

Allan Cancian Marquez²

Fabio Luiz Malini Lima³

Universidade Federal do Espírito Santo

Resumo

O presente artigo visa analisar como que a internet, por meio da rede social Twitter, conseguiu criar uma narrativa colaborativa a favor da democracia na Espanha. 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 as narrativas na web exercem para organizar manifestações e inserir a sociedade em uma causa, bem como encontrar de que modo se propaga as informações e os mecanismos usados pelas pessoas para se comunicarem e compartilharem ideias.

Palavras-chave

Twitter; #spanishrevolution; narrativas; colaboração; compartilhamento.

Abstract

This paper analyzes how the internet through the Twitter social network, has succeeded in creating a collaborative storytelling about the protests in Spain in 2011. 160 tweets containing the tag #spanishrevolution who received more than 11,500 mentions, were the object of study of this paper. The purpose of this paper is to discover the power that narratives on the web to organize mobilizations and find the types of sharing information and the mechanisms used by people to mobilize new social riots.

Key words

Twitter; #spanishrevolution; narratives; collaboration; to share.

1 Artigo científico apresentado ao eixo temático “Jornalismo, Mídia livre e Arquiteturas da Informação”, do V Simpósio Nacional da ABCiber.

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.

1. A história 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 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 ranqueamentos 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 espacialidades (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 conversação agrupada pelo Twitter, em que todos possuem papéis específicos, mesmo não sabendo disso. 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 e suas narrativas criadas. 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. Havia

se criado uma narrativa. 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 narrativização na web de um fato ou acontecimento é criada por pessoas online e recriada em um cenário virtual, no qual o tempo não é igual como no mundo offline, é mais repentino, e ao mesmo tempo não se prende a uma continuidade cronologicamente certa, tendo um início, meio e fim: nele se pode voltar, repassar uma informação já antiga a fim de completa-la, ver e interagir com os depoimentos, assistir vídeos e compartilhar as imagens em outras redes sociais. 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, como pode ser visto no gráfico do Topsy (imagem 1).

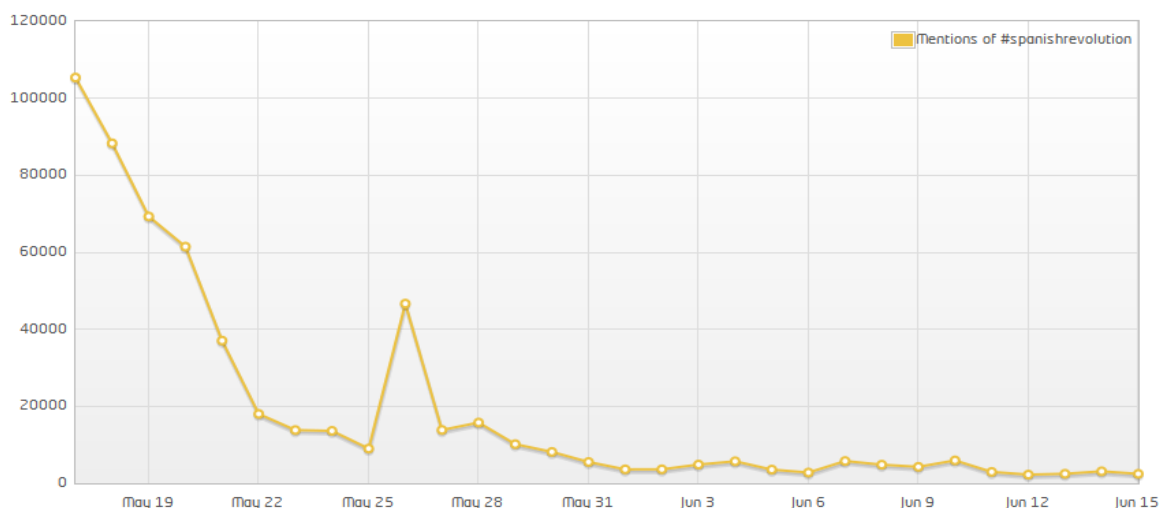


Imagem 1: Gráfico do Topsy mostrando a quantidade de menções no Twitter sobre a *#spanishrevolution*.

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

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 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. 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* informacionais 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. Uma nova forma de se contar histórias

Narrar os fatos e acontecimentos sempre foi da natureza humana. 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.

Por termos escolhas diferentes de cada outra pessoa na sociedade, a forma como é contada 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.

A narrativa fica cada vez mais forte conforme há mais integração e disseminação de informações, tanto pessoais quanto informacionais, 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 crescente dos usuários na produção de conteúdos para sites públicos e comuns na Internet gera uma “nova audiência” em “novos meios de comunicação”, que contêm conteúdos multimídia que complementam, subvertem ou ainda divergem daqueles emitidos pelos veículos da mídia de massa. (MALINI, 2008, p. 84)

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.

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.

Para fazer parte dessa narração não é necessário ser uma pessoa popular nas redes sociais. 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 Barabasi (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”.

Os *Trending Topics* do Twitter ajudaram a deixar mais visível as pessoas que participam dessa rede social, exibindo todos os *tweets* de determinados assuntos. Entretanto, o quesito de exibição para outras pessoas 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. (Barabasi, 2009, p. 28)

Caso a pessoa tenha alguma objeção a fazer, seja ela positiva ou negativa, ela pode *retweetar* um perfil e escrever o seu argumento no restante do *tweet* compartilhado. Conforme Manovich detalha, isso pode ser chamado de “citação”, pois a pessoa faz uso de uma ideia própria, dentro do texto de outra pessoa. Com essa técnica, ela cria um novo texto, ainda mais completo, onde continua a debater as ideias.

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, mais fácil de ser entendida fica.

Os autores 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. O que foi a #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).

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.

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 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. 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. 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. 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 tipos de mensagem mais *retweetados* foram os informacionais, por se tratarem de *tweets* que continham notícias sobre as manifestações, como locais, horários, onde estava a polícia etc. Um dos *tweets* mais compartilhados na rede foi sobre um mapa que informava a localização exata de todos os acampamentos que faziam parte da #spanishrevolution (*Tweet* 1). Ele recebeu centenas de *retweets* e foi muito citado na rede social.

[ikiMap - Mapa de las acampadas](http://www.ikimap.com/map/2CYF)

[ikimap.com/map/2CYF](http://www.ikimap.com/map/2CYF)

"Here is a map with info on all the camps from the protesters in Spain <http://www.ikimap.com/map/2CYF> #spanishrevolution "

 [telecomix](#) 05/17/2011  1,539 more

Tweet 1: Mensagem escrita pela conta @telecomix.

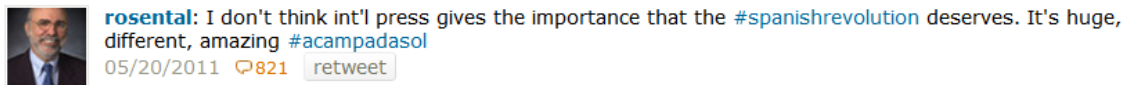
Ele foi escrito pela @telecomix, a conta oficial no Twitter da Agência de Notícias Telecomix, uma agência que informa, dentre outras coisas, sobre a neutralidade da rede e censura no mundo. Ela possui um total de 6.203 *followers*, o que ajudou a disseminar mais facilmente seu *tweet* para as pessoas, além de ser uma conta confiável.

Essa mensagem foi categorizada como sendo de caráter informacional, por estar divulgando um registro de onde estão os acampamentos na Espanha. O link que ele trás (o mapa), que foi veiculado por mais de 1500 vezes em outros *tweets* e ajudando assim a alavancar o número de replicações, dessa vez das demais pessoas que espalhavam o

link em seus *tweets*. Pessoas denominadas “influenciadoras” nas redes sociais (de acordo com o site Topsy) deram um grande passo inicial na divulgação desse conteúdo, ajudando a transmitir o texto.

5.2. O tweet como opinião

Categorizado como sendo um *tweet* opinativo, o texto escrito por @rosental mostra a opinião de uma pessoa sobre a #spanishrevolution e como que a mídia local não dá o verdadeiro valor sobre o evento (*Tweet 2*).



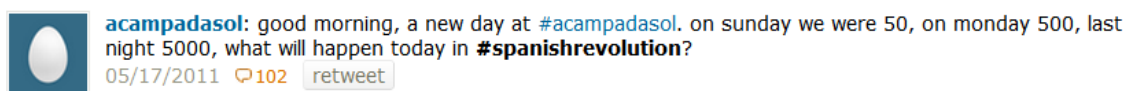
Tweet 2: @rosental opina sobre a pouca importância que a imprensa está dando ao protesto.

@rosental possui no Twitter 8.225 *followers* e é caracterizado pelo Topsy como um perfil altamente influenciador. Seu *tweet* foi *retweetado* por 821 pessoas, sendo que dessas, 26 são também consideradas pessoas de grande influência na rede social, fazendo repercutir ainda mais sua mensagem.

A grande quantidade de replicações foi motivada pelo assunto abordado pelo perfil, uma ideia referente a grande parte dos *tweeters*: a falta de acompanhamento dos protestos pela imprensa de todo o mundo e como que aquilo faria tanta diferença para o futuro da Espanha.

5.3. O tweet como relato

Quando é criado um perfil no Twitter sobre algum evento ou acontecimento, as pessoas sentem-se mais motivadas a darem *RT* em suas postagens. Foi isso o que ocorreu com o perfil @acampadasol criado pelos organizadores das manifestações, que motivado pela *tag* #acampadasol, passou a compartilhar na rede social as informações dos protestos ocorrentes na Puerta del Sol e também de toda a Espanha. Hoje ele possui mais de 68.300 *followers*. Um dos seus *tweets* mais replicados exibiu o número de pessoas que haviam participado dos primeiros dias de manifestação e quantas a mais poderia esperar para o próximo protesto (*Tweet 3*).



Tweet 3: @acampadasol faz alguns registros da #spanishrevolution.

Inserido na categoria de *tweets* que registravam os protestos, ele foi *retweetado* por 102 pessoas, das influenciadoras até as com poucos followers. Como já disse, por ser o perfil oficial dos organizadores, isso acabou gerando a confiança das pessoas que, quando compartilham o post, sentem-se enviando uma notícia verdadeira para seus *followers*.

5.4. O tweet como apelo

A mensagem a seguir (*Tweet 4*) recebeu muitos *retweets*, pois exibia em seu contexto um link de um vídeo que mostra a violência dos policiais espanhóis contra os manifestantes no dia 27 de maio.

[YouTube - La policía carga contra los indignados de Barcelona](http://www.youtube.com/watch?v=SdFc3sgzz1s)

[youtube.com/watch?v=SdFc3sgzz1s](http://www.youtube.com/watch?v=SdFc3sgzz1s)

"Ich möchte nochmal *alle* bitten dieses Video aus Spanien zu verbreiten. Das ist Menschen-Jagd!

<http://ow.ly/54N4Q> #spanishrevolution "



sebjabbusch 05/27/2011 1,090 more

Tweet 4: @sebjabbusch pede para que seus followers espalhem o vídeo.

@sebjabbusch apela para que seus seguidores compartilhem o vídeo para seus amigos e demais seguidores. Esse pedido exemplifica porque esse foi um dos vídeos mais compartilhados pela internet sobre a #spanishrevolution. O usuário possui 1.927 *followers* na rede social e mora na Alemanha, o que mostra como que os protestos fugiram da Espanha e invadiram os outros países, apenas com a divulgação massiva do Twitter. Esse vídeo foi citado no Twitter por mais de 2000 vezes, de acordo com o Topsy, exibindo o poder dos *retweets* e da integração entre as pessoas.

O poder de replicação dos tweets é enorme. Ele ocorre por meio direto: quando um usuário do Twitter publica um *tweet* e esse é *retweetado* pelas demais pessoas. Ele ocorre principalmente quando a mensagem não possui nenhum tipo de link em seu contexto. A replicação também se dá por meio indireto: quando as pessoas pegam um *tweet* já bastante *retweetado* e usam dele para criarem seus próprios *tweets*, como links de vídeos, fotos etc.

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 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. Murray 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”. A narrativa torna-se a declaração de um acontecimento e as transformações ocorridas com ele, criando uma história relativamente rápida, dependendo do fato.

Para 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.

Assim, um simples *retweet* pode não só aumentar o alcance de uma informação, mas também criar novas conexões, ocasionar debates a partir de uma perspectiva diferente e até mesmo gerar uma ação coletiva em rede, como ocorreu com a #spanishrevolution.

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.