



Para citar este artículo: Di Fátima, B. (2025). Cliques e gritos para a mudança social: o impacto das tecnologias digitais na Revolução Egípcia. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 18(1). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.13529>

CLIQUES E GRITOS PARA A MUDANÇA SOCIAL: O IMPACTO DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS NA REVOLUÇÃO EGÍPCIA

Clics y gritos por el cambio social: el impacto de las tecnologías digitales en la Revolución Egipcia

Clicks and Cries for Social Change: The Impact of Digital Technologies on the Egyptian Revolution

Branco Di Fátima, *Universidade da Beira Interior (Portugal)*

brancodifatima@labcom.ubi.pt

Recebido: 24 de julho de 2023

Aprovado: 07 de fevereiro de 2024

Data de pré-publicação: 08 de agosto de 2024

RESUMO

Os protestos que causaram a renúncia do ditador do Egito, Hosni Mubarak, alargaram o fosso entre os ciber-otimistas e os ciber-céticos sobre o impacto das tecnologias digitais nas mudanças sociais. Mais de uma década após a Primavera Árabe, muitas perguntas ainda não foram respondidas com base em dados empíricos. Este artigo problematiza o impacto das tecnologias digitais, em especial das plataformas de redes sociais, na Revolução Egípcia. Para isto são combinadas fontes primárias e secundárias em um estudo de caso sobre os protestos. Os resultados revelam que o Facebook foi a plataforma utilizada na mobilização para os protestos de rua e para a difusão de informações dentro do país. Já o Twitter estabeleceu as conexões entre o desejo de mudança social e os seus



multiplicadores internacionais, sobretudo no Ocidente. O YouTube amplificou histórias de martírio numa conexão entre o jornalismo tradicional e o jornalismo cidadão. Assim, a internet operou como o centro nevrálgico para a articulação de projetos políticos em fluxos internos e externos de insatisfação social que galvanizaram a revolução.

Palavras-chave: tecnologias digitais; mudanças sociais; movimentos políticos; Primavera Árabe.

RESUMEN

Las protestas que condujeron a la renuncia del dictador egipcio Hosni Mubarak han ampliado la brecha entre los ciberoptimistas y los ciberescépticos con respecto al papel de las tecnologías digitales en los cambios sociales. Más de una década después de la Primavera Árabe, aún quedan muchas preguntas por responder sobre la base de datos empíricos. Este artículo problematiza el impacto de las tecnologías digitales, especialmente las plataformas de redes sociales, en la Revolución Egipcia. Para ello, se combinan fuentes primarias y secundarias en un estudio de caso sobre las protestas. Los resultados muestran que Facebook se utilizó para movilizar a los manifestantes y difundir información dentro del país. Twitter estableció las conexiones entre el deseo de cambio social y sus partidarios internacionales, principalmente los occidentales. YouTube amplificó las historias de martirio en una conexión entre el periodismo tradicional y el periodismo ciudadano. De este modo, el internet funcionó como centro neurálgico para la articulación de proyectos políticos en flujos internos y externos de insatisfacción social que galvanizaron la revolución.

Palabras clave: tecnologías digitales; cambio social; movimientos políticos; Primavera Árabe.

ABSTRACT

The riots that led to the resignation of Egyptian dictator Hosni Mubarak have widened the gap between cyber-optimists and cyber-skeptics regarding the role of digital technologies in social change. More than a decade after the Arab Spring, many questions remain to be answered based on empirical data. This article questions the impact of digital technologies, especially social media platforms, on the Egyptian Revolution. To do so, it combines primary and secondary sources in a case study of the protests. The results show that Facebook was used to mobilize protesters and disseminate information within the country. Twitter established connections between the desire for social change and its Transparency International supporters, especially Westerners. YouTube amplified martyrdom stories, in a connection between traditional journalism and citizen journalism. In doing so, the Internet acted as a central hub for the articulation of political initiatives in internal and external currents of social dissatisfaction that fueled the revolution.

Keywords: Digital technologies; social change; political movements; Arab Spring.



Introdução

As manifestações que causaram a queda do ditador do Egito, Hosni Mubarak, no dia 11 de fevereiro de 2011, serviram para alargar o fosso entre os ciber-otimistas e os ciber-céticos quanto ao impacto real das tecnologias digitais nas mudanças sociais (Fominaya & Gillan, 2017; Dencik & Leistert, 2015). Para desacreditar as tecnologias digitais, os céti-cos concentraram-se na baixa penetração da internet no Mundo Árabe (Lim, 2011). Na outra frente, os otimistas descreveram as tecnologias, em especial as plataformas de redes sociais, como armas de povos oprimidos sem considerar o histórico de lutas na região (Amaral, 2023; Magee & Massoud, 2022).

Este artigo problematiza o impacto das tecnologias digitais, em especial das plataformas de redes sociais, na Revolução Egípcia. Para isto são combinadas fontes primárias e secundárias em um estudo de caso sobre os protestos. Os dados primários foram extraídos de forma automatizada do Google Trends, CitizenTube, Twitter Trends, YouTube Trends, CrowdTangle e de *fanpages* do movimento no Facebook. Já os dados secundários fazem parte de dez relatórios publicados pelo Pew Research Center, Dubai School of Government, Gallup Center, United State Institute of Peace, Berkman Center e o Governo do Egito.

Os resultados mostram que as redes sociais assumiram papéis bem delineados durante os protestos: i) o Facebook foi utilizado concretamente na mobilização das manifestações de rua, mas também na difusão interna de informações (data, hora e razões dos protestos); ii) o Twitter conectou o desejo de mudança social e os multiplicadores internacionais, sobretudo em países ocidentais; iii) o YouTube amplificou as histórias de sofrimento humano num país em permanente exceção, ao estabelecer a convergência entre o jornalismo cidadão (vídeos captados com *smartphones* nas ruas) e o jornalismo profissional (notícias dos media tradicionais). Desta maneira, a internet foi o centro nevrálgico para a articulação de diversos projetos políticos, em fluxos internos e externos de insatisfação social, criando as condições para uma revolução.

Revisão de Literatura

Mudanças Sociais em Rede

Nas últimas décadas, movimentos culturais (Touraine, 2006) emergentes em uma sociedade pós-industrial (Bell, 1974) têm recorrido às tecnologias digitais, sobretudo às redes sociais, como infraestruturas de luta contra o poder institucional (Amaral, 2023; Barakat & Fakihi, 2021). Autores ciber-otimistas e ciber-céticos também têm questionado o impacto real dessas tecnologias digitais para promover mudanças sociais mais profundas (Magee & Massoud, 2022), como uma revolução. Em linhas gerais, confrontam pensamentos numa lógica binária (Fominaya & Gillan, 2017).

Para desacreditar o impacto das tecnologias digitais, os céti-cos concentraram-se na baixa penetração da internet em países ou regiões que experimentaram ondas de protestos organizados nas redes sociais, como o Mundo Árabe (Lim, 2011). Eles também argumentam que ativistas são espionados e punidos com base em atividades *online* (Uldam, 2018). E, hoje, as redes sociais são mobilizadas na afirmação de movimentos de extrema-direita e de governos protofascistas nas Américas e na Europa, indo na direção contrária aos ideários de autonomia que fundaram a internet (Wasserman, 2020; Castells, 2015).



Em outra frente, os otimistas descrevem as tecnologias, em especial as plataformas de redes sociais, como armas de povos oprimidos sem considerar o histórico de lutas num dado contexto (Magee & Massoud, 2022). Sendo assim, a estrutura horizontal da internet facilitaria o combate de regimes opressores, monopólios políticos e económicos (Cardoso, 2023; Amaral, 2020). Essas visões utópicas e distópicas coexistem como dimensões do mesmo problema (Romero, 2024). Mas, afinal, qual o impacto das tecnologias digitais nas mudanças sociais?

O desenvolvimento tecnológico teve papel importante ao criar “formas de ação e interação, e novas maneiras de exercer o poder” (Thompson, 2009, p. 14). Contudo, a apropriação dos meios de comunicação pelos movimentos sociais não representa uma novidade (Amaral, 2020; Castells, 2015). A história dos movimentos sociais, em diferentes períodos, sempre esteve associada ao apoderamento dos media (Giddens, 1989). Essa hipótese pode ser verificada na ampla utilização dos jornais pelo movimento operário no século XIX, mesmo sendo formado por um número significativo de analfabetos. Não é à-toa que Thompson (2009) argumenta que a “indústria gráfica representou o surgimento de novos centros de poder” (p. 54).

As redes telemáticas, cibernéticas e *peer to peer* têm desempenhado um papel importante, desde meados da década de 1990, na formação do que Castells (2015) chamou de “movimentos sociais em rede”. Reflexos dessa maneira de organização social são numerosas e representam sinais do surgimento de paradigmas comunicacionais em rede (Cardoso, 2023; Magee & Massoud, 2022; Sola-Morales, 2020). No contexto ocidental, movimentos como Black Lives Matter (Van Haperen, 2023) ou Me Too (Cory & Mahone, 2021) encontraram nas redes sociais um espaço diverso e relativamente barato para a propagação em larga escala dos seus programas de luta e suporte às vítimas. No fundo, o que está em casa é a formação de comunidade baseadas na identidade —um dos mecanismos mais poderosos para a formação de movimentos sociais e protestos em larga escala (Lee, 2020)—.

Dentre os exemplos mais simbólicos de utilização das tecnologias digitais para promover mudanças sociais estão: o Exército Zapatista no México - 1994 (Romero, 2024), os protestos contra a Organização Mundial do Comércio nos Estados Unidos - 1999 (Wood, 2020), os atos pela verdade no rescaldo dos atentados terroristas aos comboios de Madrid - 2004 (Sanz-Martos, 2023), os protestos contra a fraude nas Eleições Presidenciais no Irão - 2009 (Tofangsazi, 2019), a própria Primavera Árabe - 2011 (Saidin, 2018), os movimentos contra a austeridade em Portugal - 2012 (Amaral, 2020) ou as Jornadas de Junho no Brasil - 2013 (Davis & Straubhaar, 2020).

Esses exemplos poderiam redigir páginas e páginas da narrativa de poder e de contrapoder em rede (Di Fátima, 2019). Essa participação deve-se, em larga medida, à crise de representatividade política das instituições do Estado (Fakih & Khayat, 2022), sendo um fenómeno transversal tanto a países desenvolvidos como em desenvolvimento (Castells, 2004). Assim, os cidadãos procuram maneiras de sentir-se presentes no espaço público, agora, também plasmado na arena digital (Sanz-Martos, 2023; Amaral, 2020). Essa mudança só foi possível graças ao rompimento de paradigmas na forma como os cidadãos têm acesso aos novos meios de comunicação.

A comunicação do período industrial foi a de massa. O poder de utilizar os *media* estava concentrado nas mãos de um único proprietário ou mesmo de grupos empresariais. A mensagem era enviada de *um-para-muitos*. Já o modelo atual é o da autocomunicação de massas (Cardoso, 2023). Caracteriza-se pela articulação dos veículos de massa (imprensa, rádio, televisão etc.) com os meios de comunicação interpessoal (*e-mail*, *smartphone*, redes sociais etc.). O novo modelo cria redes horizontais de comunicação nas quais o cidadão pode fazer que as suas mensagens alcancem um número ilimitado de pessoas, por exemplo, ao utilizar o Facebook, o Twitter ou o YouTube



(Acevedo, 2022). O fenômeno também possibilita a conexão entre o que os veículos de massa publicam e o que as pessoas colocam na *web*, comentam e, finalmente, decidem compartilhar.

Os movimentos em rede também transitam entre o espaço de lugar (bairro, cidade, país etc.) e o espaço de fluxo (blogs, redes sociais, *e-mail* etc.). Dessa forma, a ação é “tanto cara a cara como eletrônica, utiliza *websites* e sítios geográficos” (Castells, 2007, p. 188). A combinação entre as forças da globalização e a atuação nos espaços de lugar e fluxo faz com que a causa dos movimentos em rede possam ter apelo tanto ao nível local, nacional quanto internacional (Amaral, 2023; Flores, 2017; Kavada, 2014). Da mesma forma que problemas globais podem refletir em contextos muito específicos, questões localizadas podem sensibilizar atores que estão distantes do conflito. Embora existam divergências sobre o impacto das tecnologias digitais na mudança social (Fominaya & Gillan, 2017), o medo, a raiva e a esperança se espalham na rede por contágio (Rui et al., 2014).

Primavera Árabe no Egito

O Egito transformou-se, no início do século XXI, em uma sociedade informacional modelo para o Norte da África e o Médio Oriente. Segundo o Egyptian Ministry of Communications and Information (2011), 3972 empresas de tecnologias digitais operavam no país: sendo 78,0% de TI. O setor crescia 12,7% ao ano, e empregava mais de 200 000 pessoas. Os lucros ultrapassavam os de ramos tradicionais, como o da construção civil ou do petróleo. A internet ocupava um papel de destaque na vida dos egípcios (Barakat & Fakh, 2021; El-Shazli, 2019). Apesar de a penetração rondar os 30,0% da população, a taxa de crescimento anual era de 40,6%. Os centros urbanos destacam-se, sobretudo, em um país onde 45,0% dos habitantes estavam nessas áreas.

A internet tem sido um recurso muito importante para os jovens muçulmanos que procuram conselhos para conciliar os seus estilos de vida modernos com a prática religiosa tradicional (Rinke & Röder, 2011). Líderes espirituais têm perfis nas redes sociais para se aproximar da juventude, e orações são transmitidas via *streaming*. Os *websites* dedicados ao Islão se multiplicam em um contexto que a religião era muito importante para 96,0% da população (Gallup Center, 2011a). O telefone móvel também encontrou no Egito condições socioculturais propícias para sua rápida propagação, especialmente numa sociedade que a comunicação oral está profundamente enraizada nas tradições árabes. Existiam 71,5 milhões de linhas ativas no país —uma penetração de 91,3% da população—.

A Revolução Egípcia tem muitas facetas, mas a incapacidade de transformar o crescimento do produto interno bruto (PIB) em bem-estar social é uma das mais expressivas (Barakat & Fakh, 2021). O Egito contava com uma população de 84 milhões de pessoas que viviam por 30 anos sob uma ditadura personificada. Um ano antes, as Eleições Parlamentares de 2010 foram burladas (Korotayev & Zinkina, 2022). Hosni Mubarak se reelegeu em 1987, 1993, 1999, 2005 e tinha pretensões de se candidatar para um sexto mandato. Em contrapartida, o Egito estava na 98ª posição do Ranking da Corrupção Mundial (Transparency International, 2010). Segundo dados do Banco Mundial (2009), 15,4% da população viviam na pobreza e o desemprego já rondava os 10,0%, com um impacto considerável entre os jovens com ensino superior. Com inflação a rondar os dois dígitos, o país surgia no 114º lugar do Índice de Desenvolvimento Humano (Nações Unidas, 2010).



Os protestos contra Hosni Mubarak começaram ainda em 1985, mas só ganharam fôlego na década de 1990 (Sellier, 2004). Em meados dos anos 2000, grupos como o Shayfeen e o April 6 utilizaram a internet para denunciar violações sistemáticas aos direitos humanos no país (Aouragh & Alexander, 2011; Radsch, 2011). No entanto, a capacidade de mobilização desses movimentos sociais era muito reduzida na altura (Ketchley & Barrie, 2020).

Em dezembro de 2010, as manifestações pela morte de um jovem de 26 anos, na Tunísia, levaram à renúncia do ditador Ben Ali e incendiaram o Mundo Árabe (Di Fátima, 2019). Outros 18 países registraram protestos contra os seus governos. No dia 25 de janeiro de 2011, milhares de pessoas tomaram as ruas do Egito. Os eventos iniciais foram convocados por uma *fanpage* chamada We Are All Khaled Saeed, em homenagem a um jovem assassinato meses antes pela polícia. O objetivo era derrubar Hosni Mubarak.

Método e Dados

As próximas páginas trazem um estudo de caso sobre a utilização da internet, em especial das redes sociais (Facebook, Twitter e YouTube), na Revolução Egípcia, que levou à renúncia do ditador Hosni Mubarak, em 2011. O objetivo é responder de maneira holística quais os contributos das tecnologias digitais para promover mudanças sociais, via um dos episódios mais simbólicos da Primavera Árabe. A análise tem uma abordagem quantitativa aos fluxos de informação produzidos antes, durante e depois das manifestações no país, com o auxílio de dados primários e secundários de diversas origens.

Os dados primários foram extraídos de forma automatizada do Google Trends, CitizenTube, Twitter Trends, YouTube Trends, CrowdTangle e da *fanpage* We Are All Khaled Saeed —principal mobilizadora dos atos—. Os resultados refletem a atuação da comunidade nacional e internacional entre janeiro e março de 2011 —o período mais intenso dos protestos de rua— e o rescaldo dos eventos ao longo dos anos. Os dados extraídos são muito diversos, indicando, por exemplo, as tendências de pesquisa nos motores de busca da internet e de publicação dos conteúdos nas redes sociais. Os dados foram extraídos globalmente e de maneira agregada, sendo impossível associar o utilizador aos seus comportamentos *online* (gostos, partilhas, comentários).

Já os dados secundários fazem parte de dez longos relatórios publicados, entre 2011 e 2012, pelo Pew Research Center (2011, 2012a, 2012b), Gallup Center (2011a, 2011b), Egyptian Ministry of Communications and Information (2011), Dubai School of Government (2011, 2012), Berkman Center (2012) e United State Institute of Peace (2012). Baseados em inquéritos por questionário, a maioria dos exemplos mobilizados reflete a opinião de indivíduos do Mundo Árabe sobre as causas, as consequências e o impacto do ativismo digital ao longo da revolução. Combinados com dados primários, permite uma leitura inovadora sobre as práticas e as representações sobre o impacto das tecnologias digitais nas mudanças sociais.

Este estudo se baseia nas conexões possíveis com as particularidades culturais, políticas, económicas e sociais de comunidades árabes tradicionais, de maioria muçulmana, e a sua relação com as tecnologias digitais (Korotayev & Zinkina, 2022; Rinke & Röder, 2011). Para isso, utilizou-se referências documentais, jornalísticas e bibliográficas para fazer a leitura dos dados primários e secundários. Busca-se responder à pergunta: qual o impacto das tecnologias digitais, em especial das plataformas de redes sociais (Facebook, Twitter e YouTube), na Revolução Egípcia?

Resultados e Discussão

Google: conversas sobre liberdade

Os protestos no Egito foram precedidos, na internet, pelo aumento do volume de pesquisas a temas associados à liberdade, como democracia e revolução. Pela primeira vez, esses temas foram “mais importantes do que as conversas sobre o Islão” (Freelon et al., 2011, p. 13). O Google Trends também registou aumento significativo nas pesquisas de um conjunto de tópicos, como protesto, manifestação e Khaled Saeed —jovem assassinado meses antes pela polícia, em Alexandria—. A Figura 1 mostra que para algumas palavras, o aumento tem início vários meses antes da primeira mobilização no país, no dia 25 de janeiro de 2011. Os dados sugerem uma preparação para o ato, baseado nas causas, nas reivindicações e nas possíveis consequências da revolta.

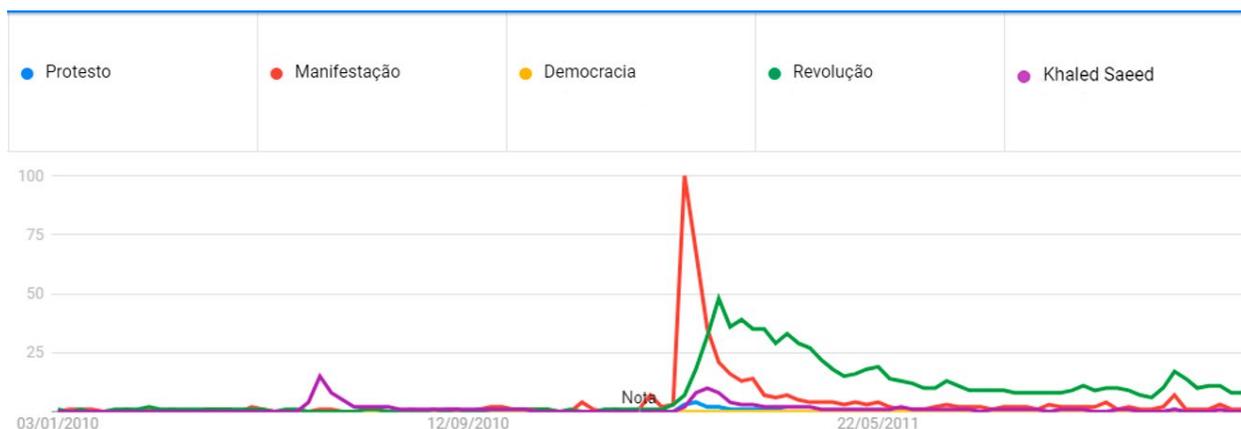


Figura 1. Fluxo de pesquisas no Google Egito entre 2010 e 2012

Fonte: dados do Google Trends com edição do autor.

As pesquisas *online* anteriores aos levantes “foram fundamentais para criar [...] uma cultura política de debate e ativismo que contribuiu com o pensamento crítico” (Castells, 2015, p. 112). Essa ação ajudaria a transformar o medo da ditadura em indignação. De certa maneira, esses indicadores coincidem com o resultado de um inquérito, conduzido pelo Gallup Center (2011b), no qual mais de 80,0% dos egípcios concordaram com a frase: mover-se para uma maior democracia ajudaria o progresso dos muçulmanos. Outros 97,0% dos inquiridos dizem que iriam garantir a liberdade de expressão caso fosse elaborada uma Constituição para o país.

Autores ciber-céticos colocaram em xeque o impacto da internet na revolução considerando a sua baixa penetração (Lim, 2011), como se o número de perfis significasse, automaticamente, uma participação política. A relação entre as tecnologias digitais e as mudanças sociais é multifacetada. Numa etapa inicial, os movimentos em rede são organizados por uma pequena parte dos cidadãos na internet que, por sua vez, estão conectados a um grupo maior de atores *online* sujeitos ao fluxo informativo. Dessa forma, a internet fortaleceu a identidade nacional de 85,0% dos egípcios durante a revolução (Dubai School of Government, 2012).

Facebook: clamores ao levante

Pesquisas dos comportamentos *online* revelam que a maioria dos utilizadores de internet investe o seu tempo no fortalecimento dos laços de amizade e de parentesco, na busca por notícias e temas de interesse, em passatempos e entretenimento (Cardoso, 2023). A realidade não é diferente no Egito. Contudo, durante a Primavera Árabe, aconteceu uma inversão desses usos. Um inquérito aplicado pela Dubai School of Government (2011) mostra que 84,0% dos egípcios com perfil no Facebook se dedicaram a organizar, convocar e difundir as manifestações.

A Figura 2 mostra que ações políticas estiveram no topo das práticas. O Facebook criou a sua versão árabe em 2009, mas a utilização da rede em protestos iniciara-se um ano antes, com o April 6 Movement (Radsch, 2011). No início de 2011, ao menos quatro milhões de egípcios tinham perfil na plataforma, valor que representava uma penetração de apenas 5,5% da população.

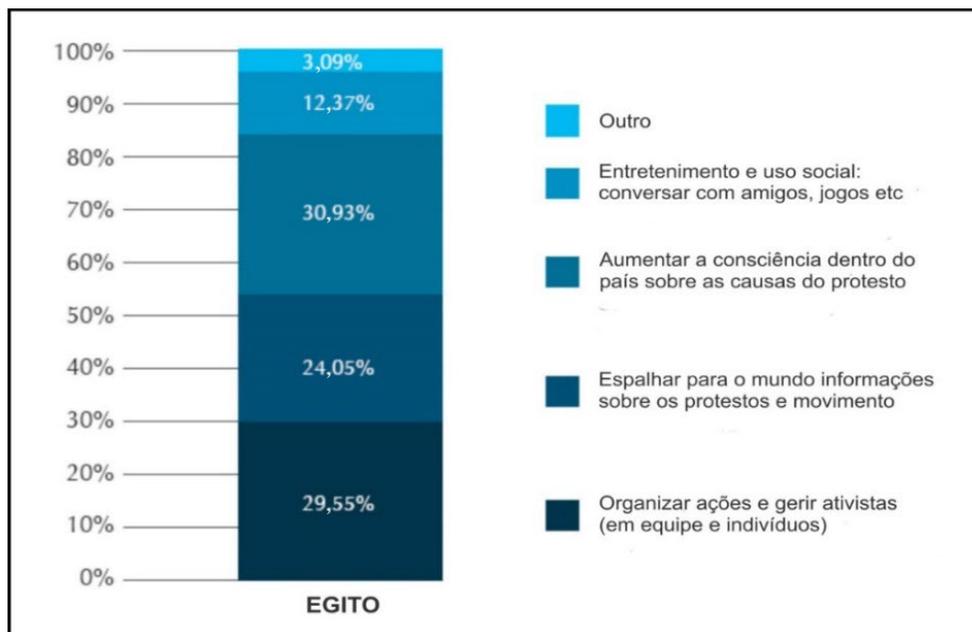


Figura 2. Utilização do Facebook durante a Revolução Egípcia

Fonte: dados da Dubai School of Government (2011) com edição do autor.

A criação acelerada de perfis também revela a importância atribuída pelas próprias pessoas ao Facebook. A rede social registou quase o triplo de crescimento nos primeiros três meses de 2011 em comparação com o mesmo período do ano anterior. O Facebook ganhou quase dois milhões de contas entre os dias 25 de janeiro e 5 de abril, chegando a 7,6% de penetração (Dubai School of Government, 2011). No dia 2 de fevereiro, mais de cem mil perfis foram iniciados no Facebook e a rede social se transformou no *website* mais visitado do Egito (Aouragh & Alexander, 2011). De certa forma, os dados frisam a importância da rede social na mobilização de protestos, mas também para partilhar informações e disseminar as causas da revolução.



O número de comunidades também cresceu no Facebook. Em duas semanas foram criados mais de 45 000 grupos e *fanpages* sobre a revolução, enquanto as comunidades existentes viram o seu número de seguidores aumentar (Bosker, 2011; Radsch, 2011). Nas primeiras seis semanas de protestos, a *fanpage* We Are All Khaled Saeed chegou a um milhão de utilizadores. Nos 18 dias de protestos, até a renúncia de Hosni Mubarak, muitas das suas publicações receberam 19 000 gostos e 5000 comentários em poucas horas —um alto índice de envolvimento—.

O crescimento do Facebook, tanto em número absoluto de membros quanto na participação dos debates via gostos, partilhas ou comentários, coincide com a revolução. Esse conjunto de dados revela a importância da rede social para a atuação interna do movimento. Além disso, as primeiras convocações para protestar ocorreram nesse espaço virtual e, depois, ocuparam o espaço público na data e no horário divulgados. O idioma preferencial usado no Facebook Egito, em *fanpages* e grupos relacionados ao ato, também aponta nessa direção: 75,4% em árabe versus 24,5% em inglês (Dubai School of Government, 2011).

Os fluxos de informação foram importantes para uma parcela considerável dos egípcios e, certamente, reduziu o custo de mobilização e acelerou a adesão ao levante. Na participação política, o consumo informativo é tão importante quanto a produção (Castells, 2015). Daí a necessidade de perguntar quais veículos a população utilizou para informar-se sobre as manifestações?

De acordo com a Dubai School of Government (2011), 94,3% preferiam as redes sociais para se informar, seguidas pelos *media* privados (85,7%), emissoras internacionais (47,6%) e *media* estatais (40,0%). Esses resultados refletem a dicotomia entre os discursos elaborados pelos *media* e a percepção dos cidadãos. Enquanto os canais oficiais contavam uma história para silenciar o movimento, com ruas tranquilas e esvaziadas, as redes sociais escreviam outra narrativa para derrubar Hosni Mubarak.

É possível saber até aqui que houve um fluxo intenso de conversas na internet que produziu condições propícias para as manifestações. O Facebook foi a estrutura escolhida por uma parcela significativa dos egípcios, sobretudo a juventude, para construir as narrativas da revolução. Assim, a indignação que nasceu e circulou pelas comunidades virtuais chegou como uma mensagem de esperança ao ouvido dos infoexcluídos pelas redes *offline* de amigos, vizinhos, *media* tradicionais e torcidas organizadas de futebol, principalmente do Al-Ahly e Zamolek.

Twitter: suporte internacional

O Twitter ainda não tinha plataforma árabe em 2011, e contava com pouco mais de 130 000 utilizadores no Egito —0,15% da população—. Segundo a Dubai School of Government (2011), as contas no microblog estavam concentradas no Cairo (51,0%) e em Alexandria (8,0%), epicentros das mobilizações. Já os outros 41,0% estavam em cidades com menos de 1,5% de utilizadores cada, como Mansoura (0,8%) e Tanta (0,7%). Essa distribuição assegurava uma profunda capilaridade à plataforma. Embora tivesse poucos atores conectados em rede, eles podiam garantir um panorama das manifestações no país.

O número elevado de mensagens dos ativistas egípcios chamou a atenção de investigadores e dos *media* internacionais. Durante as revoltas foram postados mais de dois milhões de *tweets* no Egito —9,5% de todo o tráfego do Mundo Árabe para aquele período (Dubai School of Government, 2011)—. Apenas na data da queda de Hosni Mubarak foram disparadas cerca de 255 000 mensagens que espalharam a notícia na rede. “Muitos desses *tweets* contavam a história de pessoas que haviam sofrido nas mãos do regime” e “tinham *links* de vídeos no YouTube ou

faziam referência a grupos do Facebook” (Freelon et al., 2011, p. 10). As mensagens serviram de base para repórteres impedidos de cobrir os eventos no terreno e localizados em outros países pudessem acompanhar o levante.

A monitorização do *microblog* foi facilitada, em larga medida, pelos próprios ativistas. Em consenso, eles utilizaram uma série de palavras-chave para identificar as mensagens da revolução. Para 2011, as estatísticas oficiais do Twitter apontam que a *hashtag* #Egypt foi a mais utilizada no mundo, com 1,4 milhão de citações. #Jan25, sobre o primeiro protesto, ocupou o oitavo lugar, com 1,2 milhão. O Cairo foi a cidade mais mencionada nessa rede social. A notícia mais veiculada não poderia ser outra, se não, a queda de Hosni Mubarak, superando o assassinato de Osama bin Laden e o Tsunami no Japão. A força agregadora das *hashtags* pode ser identificada mais de uma década depois. Dados do CrowdTangle mostram que, anualmente, o número das publicações com #Jan25 tende a aumentar no aniversário da revolução.

Os *tweets* publicados a partir do Egito receberam cerca de 5,5 milhões de cliques (United State Institute of Peace, 2012). Um recorte de 20228 mensagens, agrupadas pela *hashtag* #Jan25, mostra que estas publicações tiveram, em média, nove cliques cada. Na Figura 3 é possível perceber que 75,0% das contas que consumiram esses conteúdos estavam fora do Mundo Árabe —só 14,0% situavam-se no Egito—. Os resultados parecem indicar, como em outros movimentos sociais em rede, a necessidade em conectar-se com o exterior para comunicar as causas do levante (Castells, 2015). Ao sensibilizar a opinião pública ocidental, o Twitter estabeleceu as conexões entre o desejo de mudança e os seus multiplicadores internacionais.

A tendência de cliques indica existir uma relação entre eventos no terreno e o consumo de informações (United State Institute of Peace, 2012). Assim, o tráfego no *microblog* está associado aos protestos de rua, conectando os espaços de lugar e de fluxo. Os maiores picos são registados em datas importantes para o movimento, como o Dia da Revolta (25/01), a Sexta da Ira (11/01) ou a Renúncia de Hosni Mubarak (11/02). A hipótese é reforçada pela Dubai School of Government (2011), que também notou a relação entre as flutuações de *tweets* diários e os eventos importantes do terreno. A sinergia entre a incapacidade de os jornalistas cobrirem os protestos, a atuação dos ativistas no *microblog* e a visibilidade dada pela imprensa ao Egito colocou ainda mais pressão em um governo enfraquecido.

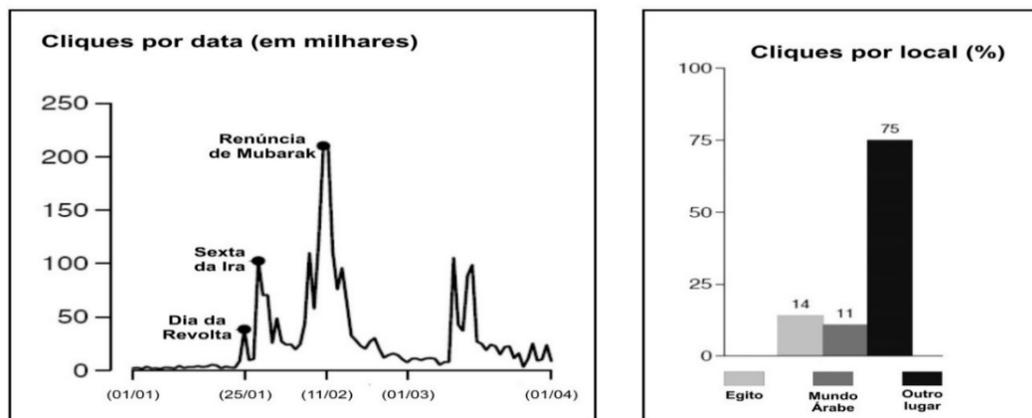


Figura 3. Tráfego de tweets do Egito e locais de consumo (#Jan25)

Fonte: dados do United State Institute of Peace (2012) com edição do autor.



As vozes contra hegemônicas se indignaram nas redes da internet, chegaram às ruas e foram amplificadas pelos *media* tradicionais. Entre fevereiro e março de 2011, a Revolução Egípcia foi o tema mais noticiado pelos veículos dos Estados Unidos —um importante aliado militar e econômico do país (Berkman Center, 2012; Gallup Center, 2011a)—. A opinião pública injetou esperança no movimento, com atuações nos espaços de fluxo e de lugar. Daí a eclosão de atos solidários na porta de embaixadas e consulados egípcios em muitas cidades, como Londres, Jeddah, Lisboa, São Paulo, São Francisco, Paris etc.

YouTube: martírio nos *media*

Os movimentos sociais em rede têm aproveitado a associação entre as câmeras embutidas nos telefones móveis e plataformas de vídeo na internet como estruturas para impulsionar as suas narrativas. O vídeo *online* se transformou numa ferramenta para a promoção de mudanças sociais (Human Rights Videos, 2011). No Egito, expôs as histórias que até então poderiam ser ocultadas pela falta de recursos tecnológicos e financeiros para registá-las e divulgá-las ao grande público. O CitizenTube (2011a) —*blog* de política do YouTube— acredita que os vídeos *online* foram “o fogo que iniciou a revolução”, ao revelar a face humana do movimento frente à brutalidade do regime.

Os ativistas egípcios revelaram que esses argumentos são plausíveis ao construir e divulgar um vasto conteúdo audiovisual dos protestos. De acordo com os dados do YouTube Trends (2011), foram publicados 18 000 vídeos na primeira semana do levante. Já a Dubai School of Government (2012) calcula que os *uploads* tenham crescido 150,0%. Os dados parecem confirmar a importância atribuída pelos membros do movimento às tecnologias digitais.

A Figura 4 destaca que as buscas relacionadas com a palavra *Egito*, no YouTube, atingiram níveis recordes durante a revolução. Essas pesquisas ocuparam o segundo lugar entre os assuntos mais procurados do mundo em 2011. As cenas violentas, filmadas por cidadãos com telefone móvel e publicadas na rede social, parecem ser o gatilho do interesse. No geral, sentimentos de raiva e de indignação tendem se espalhar mais rapidamente na internet (Rui et al., 2014).

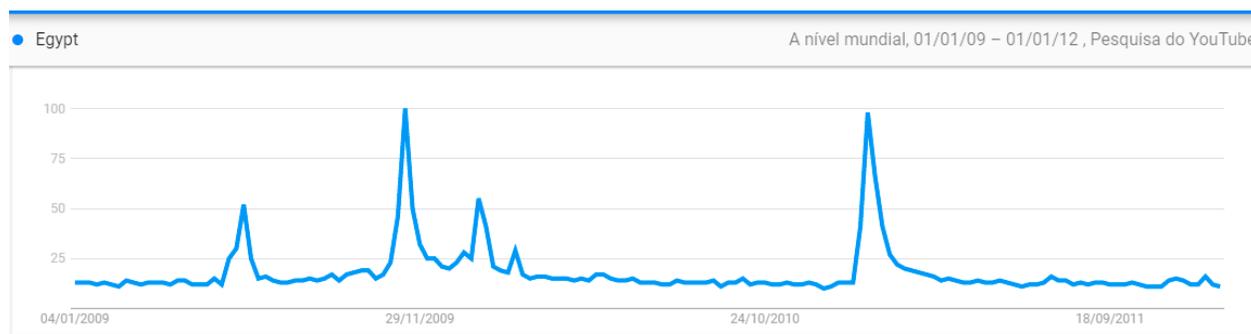


Figura 4. Buscas globais pela palavra *Egito* no YouTube entre 2009 e 2011

Fonte: dados do YouTube Trends com edição do autor.



De acordo com o Pew Research Center (2012b), 64,0% dos vídeos mais vistos no YouTube sobre as manifestações foram publicados por cidadãos. Esse conteúdo apresenta cenas de violência contra pessoas que protestavam e produziu descargas emocionais que forçaram a transição massiva de militantes das redes para as ruas. Esse pode ser o efeito causado por dois dos vídeos egípcios mais vistos durante os atos (YouTube Trends, 2011): *Egyptian tank man* (3 milhões de views) e *The diplomatic car that ran over 20 people in Cairo* (2 milhões de views). Criados por cidadãos, mostram ataques policiais contra manifestantes pacíficos e precederam grandes protestos nas maiores cidades do país.

O CitizenTube (2011a) fez uma *playlist* de 200 dos vídeos mais significativos da revolução, com mais de sete milhões de views. A Tabela 1 revela que ao menos 45 países se destacaram no consumo desses vídeos *online*. O Egito é o mais bem colocado (28,1%), seguido por Arábia Saudita (22,8%), Estados Unidos da América (17,7%), Marrocos (5,7%), Kuwait (5,7%), Emirados Árabes Unidos (3,6%), Irão (2,3%), Canadá (2,1%) e Suécia (1,1%). Já outros 36 países, como Espanha, Malásia ou Brasil, são responsáveis por 10,9% dos acessos. Embora o Egito encabece esse *ranking*, o maior número de views foi gerado por países dos cinco continentes (71,9%).

Tabela 1. Consumo de vídeos no YouTube da revolução

Países	Views	%
Egito	1 967 000	28,1
Arábia Saudita	1 596 000	22,8
Estados Unidos da América	1 239 000	17,7
Marrocos	399 000	5,7
Kuwait	399 000	5,7
Emirados Árabes Unidos	252 000	3,6
Irão	161 000	2,3
Canadá	147 000	2,1
Suécia	77 000	1,1
França	70 000	1,0
Outros (<i>n</i> = 35 países)	693 000	9,9
Total	7 000 000	100,0

Fonte: dados CitizenTube (2011a) com edição do autor.



Os dados mostram a importância do vídeo *online* para o público interno e o alcance global do movimento. Além de ser a plataforma preferencial dos ativistas, o YouTube também admite ter criado condições especiais para que o seu conteúdo fosse consumido em larga escala (CitizenTube, 2011b). Em primeiro lugar, convidou os ativistas a enviarem imagens das manifestações. Depois, colocou *banners* no topo das páginas da plataforma, dando incrível visibilidade aos vídeos *online*. Por fim, transmitiu em tempo real os sinais da Al Jazeera em inglês e árabe, levando o movimento para dentro da casa dos infoexcluídos pelo consumo coletivo das imagens (um mesmo computador era utilizado por toda a família ou grupo de amigos, por exemplo).

Além de comover a opinião pública e influenciar comportamentos, os vídeos *online* tiveram um papel importante ao conectar o jornalismo cidadão e o jornalismo profissional. Dessa forma, o YouTube “estabeleceu a forte convergência entre os meios tradicionais e as redes sociais” (Dubai School of Government, 2012, p. 23). No Top 20 dos vídeos mais vistos dos protestos no YouTube, por exemplo, cinco são da Russia Today, Al Jazeera e Reuters. Embora tenham sido produzidos por emissoras de televisão tradicionais, incorporam imagens gravadas por cidadãos.

Conclusões

As redes sociais tiveram papéis diferentes na revolução. Essas atribuições foram definidas pela combinação das escolhas dos manifestantes, pela penetração de cada uma das plataformas no país, pela apropriação dos conteúdos pelos *media* tradicionais e públicos em diferentes geografias. De forma geral, as redes sociais facilitaram o encontro de mentes dispersas no tempo e no espaço em torno de um objetivo concreto: derrubar Hosni Mubarak.

O Facebook foi utilizado na mobilização para os protestos de rua, mas também na difusão das informações no Egito. O crescimento da rede durante a revolução, tanto em número absoluto de membros e comunidades quanto da participação no debate (via gostos, partilhas e comentários), diz muito sobre a importância atribuída pelo próprio movimento à plataforma. Além do mais, as convocações para protestar aconteceram nesse espaço e, só depois, ganharam as ruas. Neste ponto, como mostra a Dubai School of Government (2011), a maioria dos egípcios com perfil no Facebook se dedicou a propagar informações do movimento.

O Twitter estabeleceu conexões entre o desejo de mudança social e os seus multiplicadores internacionais, o que acabou por sensibilizar ativistas ocidentais e influenciar a cobertura noticiosa do movimento. Com uma taxa de penetração muito ténue no Egito (0,15%), os *tweets* da revolução tiveram como alvo o público externo. Embora o Mundo Árabe tenha um peso significativo nesse tráfego, são países dos cinco continentes que impulsionaram esse consumo (United State Institute of Peace, 2012). Muitas das mensagens contavam histórias de violência que não faziam parte do imaginário ocidental sobre o país.

O YouTube amplificou as histórias de martírio em um país em permanente exceção. A rede foi importante ao realizar a conexão entre o rico conteúdo audiovisual produzido por cidadãos, com telefones móveis, e jornalistas profissionais impedidos de atuar. Graças a esse conteúdo, emissoras de televisão conseguiram levar o movimento para dentro da casa dos infoexcluídos. A Al Jazeera foi o ponto de inflexão na convergência de novos meios e de meios tradicionais. Ao mesmo tempo que a emissora se aproveitou de vídeos *online*, teve a sua cobertura transmitida em tempo real pela plataforma. Assim, os dados citados parecem confirmar, por um lado, o impacto local da plataforma e, por outro, o alcance global do movimento (CitizenTube, 2011a).



A internet foi o espaço de encontro do dissenso coletivo, relativamente seguro, num país em que as ruas eram controladas pelo governo. Também atuou como o centro nevrálgico para a articulação de projetos políticos em fluxos internos e externos de insatisfação social. Esses fluxos criaram as condições políticas para a revolução. O fenómeno é visto com o aumento do interesse por assuntos como democracia e liberdade, em detrimento dos temas associados ao islamismo. Mas é preciso considerar que uma ditadura não é só o retrato do seu líder, personificação do poder, mas um filme com muitos coadjuvantes. As suas raízes envolvem as mais básicas relações da vida em comunidade. As tecnologias parecem infraestruturas poderosas para promover mudanças sociais, porém, não para construir caminhos alternativos após rasgos profundos no tecido social.

Referências

1. Acevedo, J. (2022). Representación de minorías e Instagram: análisis del espacio digital de protesta del procés. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 15(1), 1-27. <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones/article/view/11077>
2. Amaral, I. (2020). Participation and media citizens beyond Troika: media and anti-austerity protests in Portugal. *International Journal of Communication*, 14(21), 3309-3329. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/8999>
3. Amaral, I. (2023). #17Feb and the so-called social media revolution: a decade over the Libya's uprising. *Estudos em Comunicação*, 36, 1-15. <https://doi.org/10.25768/1646-4974n36a01>
4. Aouragh, M., & Alexander, A. (2011). The Egyptian experience: sense and nonsense of the internet revolution. *International Journal of Communication*, 5(15), 1344-1358. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1191>
5. Banco Mundial. (2009). *World development report*. World Bank Group.
6. Barakat, Z., & Fakihi, A. (2021). Determinants of the Arab Spring protests in Tunisia, Egypt, and Libya: what have we learned? *Social Sciences*, 10(282), 2-15. <https://doi.org/10.3390/socsci10080282>
7. Bell, D. (1974). *O advento da sociedade pós-industrial*. Cultrix.
8. Berkman Center. (2012). *Arab Spring in Egypt*. Media Cloud.
9. Bosker, B. (2011, 2 de fevereiro). Egypt's Facebook use skyrockets following Internet's return. *The Huffington Post*. https://www.huffpost.com/entry/egypt-facebook-use-internet_n_817710
10. Cardoso, G. (2023). *A comunicação da comunicação*. Mundo Social.
11. Castells, M. (2004). A internet e a sociedade em rede. Em J. J. Barreiros, C. Gustavo & J. M. P. de Oliveira (Eds.), *Comunicação, cultura e tecnologias da informação* (pp. 205-225). Quimera.
12. Castells, M. (2007). *O poder da identidade. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Fundação Calouste Gulbenkian.
13. Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: social movements in the internet age*. John Wiley & Sons.
14. CitizenTube. (2011a). *Video activism in Egypt*. Blog do YouTube. <https://www.citizentube.com/2011/07/video-activism-in-egypt.html>
15. CitizenTube. (2011b). *Egyptian protest footage on YouTube*. Blog do YouTube. <https://www.citizentube.com/2011/02/egyptian-protest-footage-on-youtube.html>



16. Cory, L. A., & Mahone, J. (2021). #Metoo in practice: revisiting social media's influence in individual willingness to mobilize against sexual assault. *Feminist Media Studies*, 23(1), 1-14. <https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1944258>
17. Davis, S., & Straubhaar, J. (2020). Producing antipetismo: media activism and the rise of the radical, nationalist right in contemporary Brazil. *International Communication Gazette*, 82(1), 82-100. <https://doi.org/10.1177/1748048519880731>
18. Dencik, L., & Leistert, O. (2015). *Critical perspectives on social media and protest: between control and emancipation*. Oxford University Press.
19. Di Fátima, B. (2019). *Dias de tormenta: os movimentos de indignação que derrubaram ditaduras, minaram democracias e levaram a extrema direita ao poder no Brasil*. Geração.
20. Dubai School of Government. (2011). Civil movements: the impact of Facebook and Twitter. *Arab Social Media Report*, 1(2), 1-30.
21. Dubai School of Government. (2012). Social media in the Arab world: influencing societal and cultural change? *Arab Social Media Report*, 2(1), 1-29.
22. Egyptian Ministry of Communications and Information Technology. (2011). *Egypt: ICT indicators in brief*. MCIT.
23. El-Shazli, H. F. (2019). *Trade unions and Arab revolutions: challenging the regime in Egypt*. Routledge.
24. Fasih, A., & Khayat, R. (2022). Social identity, confidence in institutions, and youth: evidence from the Arab Spring. *Social Science Quarterly*, 103(5), 997-1018. <https://doi.org/10.1111/ssqu.13179>
25. Flores, D. (2017). La búsqueda del cambio social en la era digital: activismo y expresión pública en internet. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 10(1), 125-138. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.4533>
26. Fominaya, C. F., & Gillan, K. (2017). Navigating the technology-media-movements complex. *Social Movement Studies*, 16(4), 383-402. <https://doi.org/10.1080/14742837.2017.1338943>
27. Freelon, D., Howard, P. N., Duffy, A., Hussain, M. M., Mari, W., & Maziad, M. (2011). *Opening closed regimes: what was the role of social media during the Arab Spring?* University of Washington's Department of Communication.
28. Gallup Center. (2011a). *Egypt from Tahrir to transition: Egyptians on their assets and challenges and what leaders should do about it*. Gallup Center Group.
29. Gallup Center. (2011b). *Egypt: the arithmetic of revolution*. Gallup Center Group.
30. Giddens, A. (1989). *A construção da sociedade*. Martins Fontes.
31. Human Rights Videos. (2011). *Cameras everywhere: current challenges and opportunities at the intersection of human rights, video, and technology*. Witness.
32. Kavada, A. (2014). Transnational civil society and social movements. In K. Gwinn Wilkins, T. Tufté & R. Obregon (Eds.), *The handbook of development communication and social change* (pp. 351-369). John Wiley & Sons.
33. Ketchley, N., & Barrie, C. (2020). Fridays of revolution: focal days and mass protest in Egypt and Tunisia. *Political Research Quarterly*, 73(2), 308-324. <https://doi.org/10.1177/1065912919893463>
34. Korotayev, A., & Zinkina, J. (2022). Egypt's 2011 revolution: a demographic structural analysis. In J. A. Goldstone, L. Grinin & A. Korotayev (Eds.), *Handbook of revolutions in the 21st century: the new waves of revolutions, and the causes and effects of disruptive political change* (pp. 651-683). Springer.



35. Lee, S. (2020). Social media use and social movements and protests. In J. V. den Bulck (Ed.), *The international encyclopedia of media psychology* (pp. 1-6). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0316>
36. Lim, M. (2011). *Tahrir Square was a foreseeable surprise: tracing the history of Egyptian online activism*. Slate.
37. Magee, C. S. P., & Massoud, T. G. (2022). Diffusion of protests in the Arab Spring. *International Interactions*, 48(6), 1144-1169. <https://doi.org/10.1080/03050629.2022.2115039>
38. Nações Unidas. (2010). *Relatório de desenvolvimento humano 2010*. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD).
39. Pew Research Center. (2011). *Coverage of economy, international news jump in year of big breaking stories*. Project for Excellence in Journalism-PRC.
40. Pew Research Center. (2012a). *What happened to coverage of the Arab Spring?* Project for Excellence in Journalism-PRC.
41. Pew Research Center. (2012b). *YouTube & news, top stories*. Project for Excellence in Journalism-PRC.
42. Radsch, C. (2011). Assessing the economic impact of the Egyptian uprising. *Arab Media and Society*, 14(2011), 1-3.
43. Rinke, E. M., & Röder, M. (2011). Media ecologies, communication culture, and temporal-spatial unfolding. *International Journal of Communication*, 5(2011), 1273-1285. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1173>
44. Romero, J. M. (2024). A collapse of cyber-utopianism in contemporary Mexico: the fissures of online citizen journalism and power's perverse use of the net. *CiberLetras: Revista de Crítica Literaria y de Cultura*, 50(1), 28-48.
45. Rui, F., Jichang, Z., Yan, C., & Ke, X. (2014). Anger is more influential than joy: sentiment correlation in Weibo. *PLOS ONE*, 9(10), 1-13. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0110184>
46. Saidin, M. I. S. (2018). Rethinking the 'Arab Spring': the root causes of the Tunisian Jasmine Revolution and Egyptian January 25 Revolution. *International Journal of Islamic Thought*, 13, 69-79. <https://doi.org/10.24035/ijit.13.2018.007>
47. Sanz-Martos, S. (2023). De la plaza pública a la privada: de Twitter a Telegram. *Anuario ThinkEPI*, 17, e17a39. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a39>
48. Sellier, J. (2004). *Atlas dos povos de África*. Campo da Comunicação.
49. Sola-Morales, S. (2020). Precários nos queremos, rebeldes nos terão!: tecnopolítica e indignação, de la Geração à Rasca a Que se lixe a Troika! *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 13(2), 19-48. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7950>
50. Thompson, J. B. (2009). *A mídia e a modernidade*. Vozes.
51. Tofangrazi, B. (2019). From the Islamic republic to the green movement: social movements in contemporary Iran. *Sociology Compass*, 14(1), 1-16. <https://doi.org/10.1111/soc4.12746>
52. Touraine, A. (2006). Na fronteira dos movimentos sociais. *Revista Sociedade e Estado*, 21(1), 17-28. <https://doi.org/10.1590/S0102-69922006000100003>
53. Transparency International. (2010). *Corruption Perceptions Index*. Transparency International.



54. Uldam, J. (2018). Social media visibility: challenges to activism. *Media, Culture & Society*, 40(1), 41-58. <https://doi.org/10.1177/0163443717704997>
55. United State Institute of Peace. (2012). New media and conflict after the Arab Spring. *Blogs and Bullets*, 2(2012), 1-28.
56. Van Haperen, S. (2023). The Swarm versus the Grassroots: places and networks of supporters and opponents of Black Lives Matter on Twitter. *Social Movement Studies*, 22(2), 171-189. <https://doi.org/10.1080/14742837.2022.2031954>
57. Wasserman, C. (2020). Outubro rebelde: eleições e protestos na América Latina. *Revista Eletrônica da ANPHLAC*, 20(28), 402-419. <https://doi.org/10.46752/anphlac.28.2020.3862>
58. Wood, L. (2020). The Seattle model. *Socialism and Democracy*, 34(1), 51-65. <https://doi.org/10.1080/08854300.2019.1675125>
59. YouTube Trends. (2011). *More video arriving each day from Egypt*. <https://youtube-trends.blogspot.com/2011/02/more-video-arriving-each-day-from-egypt.html>