

Artigo

Smart mob

Liliane Aparecida Pellegrini Pereira ¹

Resumo

O presente artigo explora o fenômeno da cibercultura *smart mob*, com o objetivo de investigar a importância da comunicação peer-to-peer em casos recentes de mobilização popular, recorrendo a exemplos dos principais eventos ocorridos. Apresenta um levantamento não exaustivo das principais ferramentas de comunicação utilizadas em manifestações populares nas últimas cinco décadas, ilustrando algumas das transformações provocadas pelos novos recursos da revolução telemática. Foi empregada a pesquisa bibliográfica como metodologia de análise e o quadro teórico de referência adotado foram os autores Rheingold, Castells e Flusser.

Palavras-chave

Smart Mob; Cibercultura; Comunicação *peer-to-peer*; Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).

Abstract

This article explores the phenomenon of smart mob cyberculture, in order to investigate the importance of peer-to-peer communication in recent cases of popular mobilization, giving examples of the main events. It presents a non-exhaustive study of the main communication tools used in popular demonstrations over the past five decades, illustrating some of the transformations caused by the new features of telematics revolution. It was employed as a methodology of analysis the literature review and for theoretical framework Rheingold, Castells and Flusser were adopted as authors.

Keywords

Smart Mob; Cyberculture; Communication peer-to-peer; Information Technologies Communication (ITC).

Resumen

Este artículo explora el fenómeno de la cibercultura *smart mob*, con el fin de investigar la importancia de la comunicación peer-to-peer en los casos recientes de movilización popular, con ejemplos de los principales eventos. Presenta un relevamiento no exhaustivo de las principales herramientas de comunicación utilizadas en las manifestaciones populares en las últimas cinco décadas, lo que ilustra algunos de los cambios provocados por las nuevas características de la revolución telemática. Fue empleada la búsqueda bibliográfica como una metodología de análisis y para el marco teórico se adoptaron los autores Rheingold, Castells y Flusser.

Palabras clave

Smart Mob; Cibercultura; Comunicación *peer-to-peer*; Tecnología de la Información y Comunicación (TIC).

Introdução

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) foram desenvolvidas gradativamente a partir de 1970 e apresentam as características de dinamizar,

¹Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, onde integra o Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir. E-mail: filomenasalemme2012@gmail.com

horizontalizar e tornar menos palpável o conteúdo da comunicação, por meio da digitalização e da comunicação em redes (mediada ou não por computadores) para a captação, transmissão e distribuição das informações (texto, imagem estática, vídeo e som).

O desenvolvimento da telefonia celular para fins comerciais também teve início na mesma época, mas inicialmente restrita a poucos usuários, devido à escassez de estações de transmissão. Os telefones, além de caros, eram grandes e pesados. A previsão de consumidores potenciais limitava-se a um público modesto composto por médicos, vendedores e indivíduos com difícil acesso a um telefone fixo. Com a entrada do novo milênio, os aparelhos celulares ficaram menores e muito mais baratos. A partir de então, tornou-se possível fazer chamadas para qualquer pessoa, de qualquer lugar. Como resultado, emergiu um padrão inteiramente novo de comportamento social (Graedel, 2010).

Além de efetuar chamadas telefônicas, os celulares integraram novas funcionalidades caracterizadas pela convergência midiática, integrando na mesma máquina: computador; câmera digital; acesso a internet; player de música e vídeos; jogos eletrônicos; localização por GPS, entre outras possibilidades de interação, produção e acesso de conteúdo. Além disso, esses aparelhos são dispositivos portáteis e com mobilidade, possibilitando a criação e acesso de conteúdos em movimento. Em virtude das características apresentadas e, principalmente pela sua popularidade, o telefone celular pode ser considerado como o principal dispositivo utilizado nas *smart mobs*.

De acordo com dados divulgados pelo *World Telecommunication / ICT Indicators* (apud Sibaud, 2013), o acesso a redes móveis já está disponível para 90% da população mundial e existem hoje 5,9 bilhões assinantes de telefonia móvel em todo o mundo (87% do total da população mundial). No Brasil, o número de linhas de telefone celular supera o da população brasileira, são 249,2 milhões de habilitações, correspondente a 1,26 linhas para cada habitante (Marinatto, 2013).

Todas essas mudanças surgidas no contexto da “Revolução Telemática” possibilitaram o surgimento do fenômeno das smart mobs, multidões capazes de agir em conjunto mesmo que nunca tenham se conhecido e não estejam localizadas no mesmo espaço geográfico, utilizando as TIC’s como suporte de organização. O presente artigo tem por objetivo analisar o fenômeno, explorando a importância da comunicação peer-to-peer em casos recentes de mobilização popular.

1. *Smart mob*

O termo smart mob, cunhado por Rheingold em 2002, une o adjetivo inteligente ao substantivo multidão. No entanto, para melhor compreensão conceitual, há que se esclarecer o significado de ambos, principalmente a distinção entre massa e multidão. Adotando a concepção filosófica de Espinoza, massa representa a alienação dos indivíduos da sua própria potência criativa como membro da sociedade, enquanto que multidão, por sua vez:

(...)ser compreendida como um grande corpo de indivíduos caracteristicamente diferentes entre si nos mais diversos modos de expressão, mas que, apesar dessas diferenças singulares, adquiriram a capacidade de mobilização associada a partir da apropriação dos afetos ativos, favoráveis ao desenvolvimento da potência de agir, intensificada nesse conjunto que visa realizar condições favoráveis ao bem comum. Formando um grande corpo político, a multidão efetiva os resultados planejados por meio de sua sólida união (Bittencourt, 2009, p. 109).

Na visão de Espinoza, multidão representa o anseio de transformação social, termo que sugere atividade e cooperação em oposição à passividade e a dependência do poder instituído, características das massas. O vocábulo *smart* (inteligente) se refere às características das tecnologias utilizadas no processo, assim denominadas em virtude da combinação de recursos de computação e de comunicação em dispositivos portáteis conectados sem-fio à internet e outras redes colaborativas.

O conceito de *smart mob* se contrapõe ao termo irônico “revolução do sofá”, que designa a disposição de protestar apenas virtualmente pelas mídias sociais. Como um fenômeno da cibercultura, “o surgimento das smart mobs marca a transformação da tão

criticada massa “estúpida”, desarticulada e alienada, em uma multidão inteligente, interconectada e cooperativa” (Valentim, 2005, p. 9). De acordo com essa visão, as TIC’s facilitaram o engajamento e articulação de indivíduos desconhecidos em movimentos populares, favorecendo a integração e divulgação das causas sociais com maior eficiência.

No passado, a convocação de mobilizações populares dependia da comunicação corpo a corpo e de meios impressos como cartazes, faixas e panfletos. Organizar uma manifestação exigia a presença física para divulgar o ato, promovendo a causa e indicando as coordenadas de local e data do movimento. Uma reportagem da Folha de S.Paulo produziu um levantamento das principais ferramentas de comunicação utilizadas para mobilizar manifestações nas últimas cinco décadas, ilustrando algumas das transformações provocadas pela introdução das TIC’s (Teixeira, 2013). Na década de 1960, as convocações eram feitas por cartazes colados nas ruas e também se utilizavam megafones e panfletos produzidos em mimeógrafos. Nesta época, os movimentos marcantes ocorreram em 1968: “Barricadas de Maio” em Paris (200 mil manifestantes), “Passeata dos Cem Mil” no Rio de Janeiro e o violento confronto em São Paulo, conhecido como Batalha da Maria Antônia.

As assembleias em universidades eram o principal meio de mobilização nos anos 70. As ferramentas de divulgação adotadas eram: megafones, faixas, pichação, panfletos e comunicação boca-a-boca. A maior manifestação no Brasil foi em maio de 1977 quando cerca de 10 mil estudantes foram às ruas. A década de 1980 foi marcada no Brasil pela eclosão de dois movimentos civis: o da “Constituinte de 1988” e o das “Diretas Já” que reivindicava eleições diretas para Presidência da República e reuniu 1,5 milhões de pessoas no Vale do Anhangabaú em São Paulo, no ano de 1984. As ferramentas utilizadas não divergiam daquelas em uso na década anterior.

Em 1992, ocorreram várias manifestações no Brasil, conhecidas como “Movimento dos caras pintadas”, que culminaram com a renúncia do então Presidente Fernando Collor de Mello. As ferramentas de mobilização ainda dependiam da comunicação corpo-a-

corpo para avisar sobre as passeatas. Após a popularização das TIC's, a imagem romântica de sindicalistas no portão da fábrica ou de representantes do movimento estudantil interrompendo a aula pode ter encontrado novas formas de expressão na cibercultura, principalmente com a introdução da mobilidade nas redes de comunicação – resultado da convergência da telefonia móvel, da computação portátil e das conexões sem-fio.

Nas manifestações em curso no Brasil em 2013, as principais ferramentas utilizadas foram plataformas de mídias sociais e o SMS, demonstrando que as imagens técnicas, superfícies construídas com pontos (fotos, vídeos, filmes, televisão e terminais de computador) assumiram o papel de portadores de informação. A experiência tridimensional e bidimensional realizada pela comunicação pessoal e por textos de panfletos foi ampliada pela dimensionalidade nula (Flusser, 2008). O simples toque da ponta dos dedos na tela de um computador ou celular confirma a participação em um protesto e indica a adesão a um movimento.

Um dos primeiros autores a estudar essas novas expressões foi Howard Rheingold, que em 2002 definiu o conceito de *smart mob* como ações orquestradas por pessoas desconhecidas portadoras de dispositivos de comunicação e computação que facilitam o arranjo dessa interação (Rheingold, 2002). Rheingold cita como exemplo de *smart mob* um movimento popular ocorrido nas Filipinas em 2001 para protestar contra o regime do presidente Joseph Estrada. Na época, a tecnologia móvel mais utilizada era telefone celular e SMS. A convocação do movimento ocorreu por mensagem de texto e reuniu mais de um milhão de pessoas em Manila, após uma hora da primeira mensagem de celular anunciar: “Go 2EDSA, Wear blk”.

Nos anos seguintes, ocorreram diversas *smart mobs* pelo mundo, demonstrando ser estas um fenômeno característico da cibercultura. Não é objeto deste artigo analisar os movimentos citados do ponto de vista político e sociológico, mas sim depreender o fenômeno como manifestações de *smart mobs*. Assim, a conjuntura política não será exaustivamente examinada, apenas destacada para subsidiar o contexto do fenômeno em

análise. A título de ilustração da ocorrência de *smart mobs*, serão enumerados alguns exemplos a seguir.

Em 2008, na Colômbia, o engenheiro civil Oscar Morales criou a página na internet “Um Milhão de vozes contra as Farc”, que resultou em passeatas e com a adesão de dez milhões de pessoas. Na Islândia, em 2011, após grave crise financeira no país, um grupo de cidadãos iniciou um debate pelo Facebook, que resultou na promulgação de uma nova Constituição. No mesmo ano, ocorreram ainda movimentos nos Estados Unidos e Espanha. O “Occupy Wall Street” foi articulado pela internet e criticava a concentração de riqueza norte americana. O movimento espanhol dos “Indignados” teve início na plataforma digital “iDemocracia Real Ya!” e reuniu mais de vinte mil pessoas na marcha contra cortes de gastos sociais realizados pelo governo.

Um dos movimentos com maior repercussão mundial foi a Primavera Árabe, a qual se entende como o conjunto de diversas insurreições populares ocorridas, a partir de 2010, em países de cultura islâmica do oriente médio, norte da África e mais recentemente na Turquia. A maioria dos países da Primavera Árabe vivia sob o cerceamento da liberdade de expressão, característico de regimes não democráticos, inclusive com restrição a atuação da imprensa estrangeira e controle da internet. Contudo, ainda que em alguns casos as comunicações estivessem sob controle do regime, foi possível organizar e difundir informações sobre o movimento por meio das redes sociais.

Segundo relatório publicado pela Dubai School of Government (2011), nove em cada dez tunisianos e egípcios afirmaram ter usado o Facebook para organizar protestos ou disseminar seu conhecimento sobre as manifestações. A Primavera Árabe esteve entre os assuntos mais comentados no Twitter com dois tópicos relacionados ao tema: a hashtag #Egypt, que liderou a lista com 1,4 milhão de mensagens enviadas e a hashtag #Jan25 - data do início das manifestações no Cairo – ocupou a décima posição com 1,2 milhão de postagens (Twitter, 2011).

No Brasil também ocorreram diversas *smart mobs*, algumas citadas a seguir para avaliar a ocorrência do fenômeno, sem o compromisso de enumerá-las com precisão.

Em 2010, na cidade de Belo Horizonte, eclodiu um movimento articulado pela internet em reação a um decreto municipal que proibia a realização de eventos de qualquer natureza na Praça da Estação, um dos pontos turísticos mais antigos da capital mineira. Após a promulgação do decreto, um blog anônimo convocou uma manifestação com os participantes vestidos de branco, como forma de protesto. O resultado foi um movimento horizontal, sem lideranças e auto-organizado de ocupação do espaço público pela população, denominado “Praia da Estação”.

No ano de 2011, na cidade de Natal, ocorreu a *smart mob* #foramicarla, movimento contra a prefeita da cidade, alvo de uma série de denúncias de corrupção. Articulados por meio das mídias sociais, os manifestantes ocuparam a Câmara Municipal por mais de uma semana com transmissão em tempo real dos acontecimentos no blog do movimento, via *twitcam*. A cobertura jornalística da grande mídia só noticiou a manifestação após esta ter recebido apoio da Ordem dos Advogados Brasileiros (OAB). Em 2013, uma grande onda de protestos explodiu de norte a sul do País, envolvendo as causas mais variadas, desde discursos complexos até reivindicações difusas. Os protestos tiveram início com a questão da mobilidade urbana e a reivindicação do passe livre nos transportes públicos. Entretanto, a expansão do movimento abordou outras causas e questionamentos, de forma que extrapolou o mote inicial do Movimento Passe Livre, reunindo protestos contra projetos de lei em tramitação, corrupção, políticos, programas governamentais, serviços públicos, entre outros.

Segundo Giardelli (2013), o crescimento dos protestos no Brasil é consequência direta do uso das plataformas sociais, que conecta pessoas sem ligação anterior. O Facebook foi importante para engajar pessoas aos movimentos, no Whatsapp estas combinaram o local do encontro, o Twitter foi responsável por narrar em tempo real os acontecimentos e o Youtube, pelo registro de imagens em vídeo da manifestação.

Para Castells (2013), o espaço público dos movimentos sociais, na sociedade contemporânea, é construído como um espaço híbrido entre as redes sociais no ciberespaço e o espaço urbano ocupado.

Em São Paulo, o Movimento Passe Livre utilizou as mídias sociais, principalmente o Facebook, para convocar a sua primeira manifestação, denominada como primeiro grande ato por seus integrantes. Ocorrida no dia 06 de junho de 2013, reuniu seis mil pessoas segundo os organizadores. Malini (2013) observa que, por meio da plataforma do Facebook, o movimento conquistou efeito viral, ao atingir 28 mil confirmações de participação no evento do terceiro grande ato, realizado três dias depois do primeiro.

As redes horizontais de interação, especialmente as mídias sociais, propiciaram novas formas de comunicação, entre essas a autocomunicação de massa (Castells, 2009), assim definida na medida em que uma informação postada na rede pode potencialmente alcançar uma audiência global e porque a produção da mensagem é gerada pelos próprios usuários de forma autodirigida (endereços particulares) e autosselecionada (quanto ao uso de fontes da Internet).

A autocomunicação de massa, ao contrário do modelo tradicional vertical e transmissivo, inclui a troca multimodal de mensagens interativas de muitos para muitos, síncrona e assincronicamente. No entanto, Castells (2009) destaca que as três formas de comunicação (interpessoal, massa e autocomunicação de massa) coexistem, interagem e complementam umas às outras.

Considerações finais

Nos protestos realizados em São Paulo foi possível observar a atuação complementar das três formas de mídia. O primeiro grande ato do Movimento Passe Livre foi convocado pelas mídias sociais e a sua repercussão nos veículos de comunicação de massa não foi inteiramente positiva. Jornais e redes de televisão trataram a manifestação como ato de baderneiros. Porém, a própria cobertura da mídia tradicional colocou o tema no centro da agenda de debates e trouxe maior visibilidade ao movimento.

Embora as manifestações tenham contado com as narrativas em tempo real de manifestantes não vinculados à imprensa e também de grupos independentes como o “Ninja” , elas ofereceram cobertura aos acontecimentos e denunciaram a violência da repressão policial; segundo Malini (2013), o perfil mais ativo no Twitter durante o terceiro grande ato, divulgando os acontecimentos nas ruas, foi o @estadoao, um veículo da imprensa de comunicação de massa tradicional.

A comunicação peer-to-peer que ocorre por meio de dispositivos de comunicação móvel é uma das características da smart mob, permitindo a participação igualitária e a interação descentralizada, exercendo, assim, importante papel de coordenação de ações com outras pessoas ao redor do mundo ou próximas. Rheingold (2002) previa que grupos de pessoas utilizando essas ferramentas iriam ganhar novas formas de poder social e novos modos de organizar suas interações no mesmo horário e no mesmo lugar, muito antes do advento das mídias sociais.

Ao longo da história, os movimentos sociais são produtores de novos valores de transformação da sociedade, exercendo, muitas vezes, o papel de oposição ao poder institucionalizado e detentor de forças de coação. Em alguns casos, quando os valores institucionalizados são reproduzidos pelos veículos de comunicação de massa e empresas de mídia, atendendo interesses políticos e econômicos, a comunicação móvel peer-to-peer e a sociedade em rede proporcionam a autonomia de comunicação necessária para a organização e difusão do movimento.

Até mesmo por se tratar de transformações históricas em curso, ainda é prematuro avaliar seus impactos definitivos, mas é perceptível que as Smart Mobs assumiram um papel relevante na cibercultura, atuando na intermediação entre as redes sociais e o espaço público e promovendo a participação social de forma igualitária e descentralizada.

Referências

BITTENCOURT, Renato Nunes. (2009). Espinosa e a crítica da política dos afetos tristes. **Achegas.net**. n. 41, jan./jul. 2009.

CASTELLS, Manuel. (2009). **Comunicación y poder**. Barcelona: Alianza Editorial.

CASTELLS, Manuel. (2013). **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. São Paulo: Zahar.

DUBAI SCHOOL OF GOVERNMENT. (2011). Civil Movements: The impact of Facebook and Twitter. **Arab Social Media Report**, v. 1, n. 2, 2011.

FLUSSER, Vilém. (2008). **O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume.

GIARDELLI, Gil. (2013). **Sai a metralhadora, entram as redes sociais**. Disponível em: <http://revistamarieclaire.globo.com/Mulheres-do-Mundo/noticia/2013/06/sai-metralhadora-entram-redes-sociais-diz-expert-ao-explicar-porque-manifestacoes-ganharam-tanta-forca-no-pais.html>. Acesso em: 03 ago. 2013.

GRAEDEL, Thomas E.; VAN DER VOET, Ester (Edts). (2010), **Linkages of Sustainability**. Cambridge: The MIT Press.

MALINI, Fábio. (2013). **A Batalha do Vinagre: por que o #protestoSP não teve uma, mas muitas hashtags**. Disponível em: <http://www.labic.net/cartografia-das-controversias/a-batalha-do-vinagre-por-que-o-protestosp-nao-teve-uma-mas-muitas-hashtags/>. Acesso em: 21 jul. 2013.

MARINATTO, Luã. (2013). **Quinto país no número de celulares, Brasil pode subir ainda mais no ranking com a desoneração de smartphones**. Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/celular-e-tecnologia/quinto-pais-no-numero-de-celulares-brasil-pode-subir-ainda-mais-no-ranking-com-desoneracao-de-smartphones-8123620.html>. Acesso em: 21 jul. 2013.

RHEINGOLD, Howard. (2002). **Smart Mobs: the next social revolution**. Nova York: Perseus Books.

SIBAUD, Philippe. (2013). **Short circuit: the lifecycle of our electronic gadgets and the true cost to earth**. 2013. London: The Gaia Foundation.

TEIXEIRA, Regiane. (2013). V de versões: do megafone às redes sociais, dos caras pintadas aos mascarados, o que mudou nos protestos de rua no país nas últimas cinco décadas. **Folha de São Paulo**, Revista São Paulo, n. 152, p. 26-29, 23 jun. 2013.

TWITTER. (2011). **Year in review.** 2011. Disponível em: <http://yearinreview.twitter.com/pt/hottopics.html>. Acesso em: 03 ago. 2013.

VALENTIM, Júlio. (2005). **A mobilidade das multidões: comunicação sem-fio, smart mobs e resistência nas cibercidades.** Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_903.pdf. Acesso em: 22 jul. 2013.