



O Potencial Sociopolítico do *Flash Mob* no Brasil¹

Gabriela Yuki Kato, Grazielle Gomes da Veiga, Josiane Camacho Laurentino,
Thiago Branquilha Schiefer, Vanessa Sayuri Sawada²

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo; Profa. Dra. Maria Immacolata Vassallo de Lopes; Orientadores: Cláudia de Almeida Mogadouro e Tiago Quiroga.

Resumo

O potencial sociopolítico do *Flash Mob* analisado como um dos resultados gerados pelo advento da Internet, tanto no âmbito da Comunicação e da Sociopolítica como no que diz respeito a sua relação com a Arte. Tendo como ponto forte sua característica essencial de chocar as pessoas, o *Flash Mob* criou uma nova forma de manifestação. Considerando isso, analisaremos sua recepção no Brasil, buscando verificar se há consciência política entre os manifestantes brasileiros dessa modalidade.

Palavras-chave

Flash Mob; Internet; comunicação; política; arte.

Corpo do trabalho

I. A Formulação do Problema de Pesquisa

1.1. Contexto histórico: a Internet e as novas formas de fazer política

A partir de um tema (“o jovem e a política”) proposto na aula de Teoria e Métodos de Pesquisa em Comunicação, iniciamos um projeto de pesquisa e, assim, definimos que o objeto de nossa pesquisa será “O Potencial Sociopolítico do *Flash Mob* no Brasil”. No próximo tópico trataremos mais propriamente da definição do objeto e de nossos objetivos. Primeiramente, é interessante discorrermos um pouco sobre o próprio *Flash Mob* e situá-lo no contexto das novas práticas midiáticas e políticas (Pôster, 2003).

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Júnior - Jornada de Iniciação Científica em Comunicação.

² Gabriela Yuki Kato (gabikato@yahoo.com.br), Grazielle Gomes da Veiga (grazigomes@gmail.com), Josiane Camacho Laurentino (josiane.cl@gmail.com), Thiago Branquilha Schiefer (tbranquilha@uol.com.br), Vanessa Sayuri Sawada (nessayuri@gmail.com). Os referidos autores cursam, até a data de envio do projeto, o terceiro semestre de Comunicação Social com Habilitação em Editoração na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



1.2. Sobre o problema

Flash Mob, por definição, é uma súbita mobilização coletiva, em espaços públicos físicos, organizada através da Internet ou outras redes de comunicação digital. Sua característica principal é a de ser realizada em um curto período de tempo, com a intenção de ser instantânea, surpreendente, de causar estranhamento e incomodar.

1.3. Breve histórico

O primeiro registro de *Flash Mob* de que se tem notícia é o que foi organizado em Manhattan, em maio de 2003, por Bill Wasik, editor sênior da *Harper's Magazine*. No entanto, a primeira mobilização que obteve sucesso ocorreu em 3 de junho de 2003, em Nova York, na loja de departamento *Macy's*. Wasik, para tentar contornar a confusão que fez sua primeira tentativa fracassar, encaminhou os participantes, divididos em quatro grupos, até áreas próximas da loja-alvo e lhes enviou informações mais detalhadas sobre a manifestação e seu local pouco antes do evento começar efetivamente. Mais de 100 pessoas se reuniram em um andar da loja *Macy's*, particularmente ao redor de um caro produto à venda, instruídos a dizer aos vendedores que moravam todos juntos, que queriam comprar o produto e que tomavam todas as decisões em grupo.

Somente em março de 2006 a autoria do *Flash Mob* foi levada a público em um artigo da revista *Harper's Magazine*. Neste, Wasik disse que criou os *flash mobs* como um experimento social, projetado para provocar com irreverência e iluminar a atmosfera cultural da conformidade. Os eventos de *Flash Mob* rapidamente se espalharam pela Ásia, Europa, América Latina e Austrália, ainda em agosto de 2003. Já na Índia, o primeiro movimento se deu no mês de outubro do mesmo ano.

O ano de 2003 foi também significativo para os *flash mobs* brasileiros. O maior deles foi organizado na Avenida Paulista, numa quarta-feira, dia 13 de agosto de 2003, em São Paulo. Um grupo de internautas liderado pelo Grupo ARAC (Arte Contemporânea) se encontrou no cruzamento da Avenida Paulista com a Rua Augusta. Pontualmente às 12h40, atravessou a faixa de pedestres, onde no meio do trajeto, todos arrancaram um dos sapatos e bateram-no no chão. Alguns participantes foram além da proposta do Grupo ARAC, dançando e cantando como índios, ou carregando pequenos cartazes com a inscrição “Contra Burguês, Baixe MP3”, parodiando o slogan de



campanha do PSTU para defender a livre troca de arquivos de música digital. O criador deste evento foi Eli-Golande, 30 anos, artista visual do grupo ARAC. A participação foi de cerca de 100 pessoas.

Um segundo evento foi realizado em um domingo, dia 17 de agosto de 2003, às 15 h na Avenida Paulista, em São Paulo, sob o telão ao lado do prédio da TV Gazeta. Dezenas de pessoas se sentaram na calçada, sacaram controles remotos de seus bolsos e, esticando os braços na direção do telão, tentaram, por cerca de um minuto, “zapear” canais imaginários. Levantaram-se e logo em seguida, batendo palmas, dispersaram-se. Depois desses, muitos *flash mobs* foram organizados em 2004/2005 por meio da rede virtual de relacionamentos, o site *Orkut*.

Flash mobs começaram como manifestações sem propósitos (alguns críticos as consideraram hedonistas), mas seu conceito se desenvolveu e se estendeu também ao benefício de pautas políticas e sociais. São exemplos: manifestações em Detroit contra a homofobia e, em Bucareste, Romênia, contra a falta de liberdade de expressão dos jornalistas locais. No primeiro caso, um grupo de gays e lésbicas fez uma manifestação em um “restaurante hetero” para protestar contra casos de homofobia relatados no local. No segundo, cerca de 70 pessoas colaram fitas adesivas em suas bocas e fizeram uma simulação de corrida matinal em frente à sede da Televisão Nacional da Romênia — em uma alusão aos ditados “faça o que eles mandam sem comentar nada” e “cale-se e mova seus tornozelos” —, protestando contra o controle estatal sobre a liberdade de expressão dos jornalistas. Juntamente a outros eventos, esse movimento conseguiu provocar mudanças na Televisão Nacional.

Além desses casos bem sucedidos de *flash mobs* com orientação política, ocorreram outros tipos de experiências. Já foi colocado à prova o potencial econômico do *Flash Mob* por corporações que utilizaram esse tipo de manifestação para promover seus produtos.

Em suma, o *Flash Mob* tem potencial sociopolítico e, inclusive, econômico. No entanto, alguns de seus idealizadores e organizadores reivindicam a concepção original do *Flash Mob*: uma aglomeração instantânea sem pretensões políticas de natureza alguma. Mas o que se nota em muitos artigos, reportagens e *blogs* de participantes dessas manifestações no Brasil, é que uma grande parcela não está plenamente ciente da real intenção daquilo de que participa. Se não estão motivados por propósitos “plausíveis”, tampouco participam dessa performance conscientes de seu caráter apolítico e de seus pressupostos: a ação “relâmpago” e anônima, ou seja, manifestar-se e



não dar explicações e/ou entrevistas para atingir o fim último de qualquer *Flash mob*: o incômodo causado pela estranheza da ação.

Todos os *flash mobs* têm em comum a característica de utilizar a Internet como meio em que se organiza. Sua construção é rápida, surpresa, e sua realização se dá em locais públicos movimentados, sem explicações, de forma performática. Nota-se que o *Flash Mob* é um movimento que obtém grande impacto em poucos instantes e que se tornou cada vez mais popular principalmente dentre os jovens, devido a seu forte apelo diante do público e, sem dúvida, devido ao meio no qual ele se organiza.

2. O Problema e os Objetivos da Pesquisa

Motivados pela curiosidade de conhecer e compreender esse novo tipo de manifestação, o *Flash Mob*, que se dá principalmente entre pessoas de nossa geração, os membros de nossa equipe o escolheram como assunto de nossa pesquisa. Mas, além dessa curiosidade inicial, com o andamento de nossas pesquisas a respeito do assunto, surgiu um grande interesse em conhecer como esse tipo de manifestação foi “recebida” aqui no Brasil. Assim, obtivemos o nosso objeto de pesquisa: “O Potencial Sociopolítico do *Flash Mob* no Brasil”.

Nossos objetivos primários são os de descobrir quais são as motivações que levam o jovem brasileiro a atuar nesse tipo de manifestação, além de verificar se há uma consciência sociopolítica dentre esses manifestantes.

Além disso, acreditamos que esse problema de pesquisa está inserido dentro de uma problemática maior de como as mudanças tecnológicas produzidas nos últimos anos têm agido sobre a sociedade, relacionando-se com as questões do potencial de novas práticas sociais e, ainda, outra problemática interessante, a da consciência política do brasileiro, particularmente do jovem. As mudanças tecnológicas infligem principalmente nas novas formas de se fazer comunicação e, conseqüentemente, nas novas formas de se fazer política. A Internet é a ferramenta que mais teve participação neste processo. Com ela, cada vez mais a comunicação se descentraliza, a capacidade de circulação de informação cresce em cada vez menos tempo e a articulação da informação é cada vez mais rápida. O *Flash Mob* representa um fenômeno que traduz bem isso. Numa discussão mais superficial, pode-se perceber isso quando se leva em consideração que a convocação para o movimento ocorre, muitas vezes, um dia antes e a dispersão dessa mensagem ocorre tão rapidamente que aparece uma média de cem



pessoas no evento. Ainda marca uma nova forma de movimento político, já que sua inovação ocorre na aparição pública, porém altamente volátil, o que incita questionamentos e curiosidade por parte dos espectadores. E toda essa rapidez, tanto em sua organização quanto no próprio movimento, corresponde à problemática da comunicação como centro das mudanças políticas.

Quanto ao conjunto da população a que o objeto se relaciona diretamente, é o dos jovens que utilizam largamente a Internet. Mas, sem dúvida, essas manifestações interagem com outras parcelas da sociedade uma vez que são públicas e se destinam também à observação.

Acreditamos que a escolha desse objeto de pesquisa é pertinente, pois se trata de um assunto recente, com pouca publicação a respeito (que se concentra em artigos e matérias apenas descritivos ou demasiados subjetivos) e que se insere num contexto muito rico de estudos sociais e de comunicação. Portanto, a pesquisa permitirá contribuições para a compreensão de conceitos e relações teóricas dentro de nossa área de estudos, além da exploração eficaz de técnicas de observação e de análise que permeiam a pesquisa científica de forma mais ampla.

II. O Quadro Teórico de Referência

Os meios ou processos de nosso tempo, ao reestruturar as relações de interdependência e forçando-nos a reconsiderar tudo o que tínhamos como estabelecido e eterno, como advertiu McLuhan (*apud* Chartrand, 1991, p. xv), têm alterado gradualmente a ênfase de área de estudo: a maior preocupação atualmente não é a metodologia de sistemas, mas a dimensão humana que há nas tecnologias de informação. Em outras palavras, a atenção dos estudos teóricos volta-se cada vez mais para os usos que os indivíduos fazem da tecnologia, e não apenas para o alcance e o funcionamento das inovações técnicas de comunicação.

As formas de comunicação, que antes demoravam anos para evoluir de um meio a outro, transformam-se com maior rapidez, diminuindo também drasticamente o tempo necessário para a transmissão de dados, abrangendo áreas cada vez mais amplas com o advento da Internet. Howard Rheingold (*apud* Castells, 2005), apontou como um dos fenômenos decorrentes a organização de internautas em comunidades on-line ao redor de valores e interesses em comum (o que facilita a troca de idéias em torno de um tema pré-definido com vez e voz para todos os integrantes), as quais poderiam transformar-se



em reuniões físicas. E esses encontros não significam necessariamente a formação de relações de amizade, salienta-se.

E é nesse contexto que podemos explicar a formação de *Flash Mobs*.

Em poucas palavras, *Flash Mob* pode ser definido como uma manifestação organizada através dos novos meios de comunicação, como a Internet, que culmina com a aglomeração de pequenos grupos de indivíduos (no Brasil, variou entre 100 e 200, aproximadamente) em locais de significativa movimentação de grandes centros urbanos, com instruções e organização previamente realizada e divulgada por *blogs*, fóruns de discussão, *homepages* ou SMS, entre outros meios. Após terminarem sua manifestação, em curtíssimo tempo, dispersam-se rapidamente, deixando a platéia (formada por transeuntes que param para assistí-los) sem nenhuma explicação sobre o ocorrido – ou pelo menos seria essa a idéia inicial.

Sendo o *Flash Mob* um ato performático, é impossível não associá-lo à arte; e, enquanto arte, pode exercer uma forte carga sobre os valores culturais das pessoas, além de, nas palavras de Hegel (*apud* Read, 1968, p.27), “trazer à consciência os mais altos interesses da mente”.

Podemos encarar o fenômeno também como um símbolo da alienação – segundo o conceito de Erich Fromm (*apud* Read, 1968, p.7) – os atos das pessoas tornam-se seus senhores. Tal simbologia é facilmente perceptível nos eventos que celebram o *non-sense*: atos que respondem por si sós, sem qualquer carga subjetiva.

Outra questão é também inquietante ao se pensar o Flash Mob como manifestação artística. Se, no passado, as manifestações dessa natureza eram bancadas pelos diversos tipos de mecenato (e, portanto, eram sujeitas aos gostos e idéias dos mecenas), hoje há uma liberdade relativa que, no entanto, está submetida às “leis de mercado de bens simbólicos” (Bourdieu *apud* Fabris, 1998, p.10) – os artistas podem ser livres para criar, mas têm que se adequar às tendências de mercado para sobreviverem. No caso do Flash Mob, isso pode ser destinado às manifestações de caráter comercial, às quais se aplicam perfeitamente as palavras de Fabris (1998:16): “a arte que não é propaganda deve converter-se em propaganda, deve demonstrar a utilidade do ‘inútil’”; nos movimentos políticos, que não possuem qualquer caráter comercial, dificilmente há qualquer adequação às leis de mercado.

Fabris (1998:12) coloca interessantes opções de comportamento que o artista possui frente ao poder político: “pode acreditar na liberdade que lhe é concedida” (notável nos eventos de caráter meramente performático); “pode ter opiniões políticas



claramente manifestas” e “escolher a militância do engajamento e da revolução” (caso dos *flash mobs* de caráter político e social); “pode (...) aceitar e perpetuar o sistema” (o que pode ser relacionado aos movimentos propagandísticos).

Quanto à essência do *Flash Mob*, podemos caracterizá-la como “coadunitiva” (Coleridge *apud* Read, 1968, p.21): ele consiste em contribuições individuais isoladas, que se misturam num todo nem sempre homogêneo.

E por que esse tipo de manifestação se dá nos dias de hoje? Read (1968:23) explica:

(...) nossa civilização, em seus aspectos visuais, é caótica; não dispõe de uma poesia característica, um drama típico; sua pintura e escultura mergulham ao nível da incoerência insensata, enquanto a sua arquitetura está reduzida a um funcionalismo ‘econômico’ que projeta seu próprio ‘brutalismo’ como virtude estética.

Nesse contexto, nada melhor para apresentar a idéia de artistas, politizados ou não, do que uma manifestação instantânea e sem explicações, que deixa para cada indivíduo uma impressão particular, que provavelmente será dividida com outros de maneira muito mais intensa através do meio eletrônico – dado o forte caráter cibernético, virtual, de nossa sociedade –, de modo a fechar um ciclo: evento organizado pela Internet, realizado no mundo real e comentado, novamente, na Internet.

O *Flash Mob* é também uma forma de reação ao indivíduo que a sociedade da alienação formou: “um autômato de olhos embotados, desinteressado e desatento” (Read, 1968: 24) – desprovido de sensibilidade, esse homem é representado, ainda que inconscientemente, em qualquer das manifestações apresentadas, já que se trata de um conjunto de pessoas tendo a mesma atitude mecânica e idêntica, cada uma por um motivo próprio (ou até mesmo sem motivo algum). Transformando o “natural” num evento extraordinário (Brecht *apud* Read, 1968, p.34).

Considerando a volatilidade dos fatos, o tempo torna-se um fator importante para a valorização da informação. Primeiramente, observa-se que o modo de veicular a informação é cada vez mais instantâneo – “passamos de um mundo do jornalismo para um mundo do imediatismo, do instanteneísmo, não há tempo para estudar a informação. A informação é feita cada vez mais de impressões, de sensações.” (Ramonet, 2003: 247). Além disso, com o bombardeio de notícias que o indivíduo recebe a todo momento, o mais importante é a novidade e a influência que um tema pode ter em sua vida. A Internet coloca à disposição de um organizador em potencial as ferramentas necessárias para elaborar o evento com maior agilidade possível, podendo ser abordados

e/ou parodiados temas mais atuais, embora não com tanta rapidez quando charges de jornais diários, por exemplo, mas observamos que a maior quantidade de pessoas fazendo um “espetáculo” em um lugar público é mais eficiente no espanto e atenção instantânea. E a própria “estranheza”, combinada à problemática corrente, pode eventualmente fazer o transeunte atentar para a questão e, talvez, saber mais sobre o tema entre os comentários feitos posteriormente.

Alguns atos praticados pelo *Flash Mob* aparentemente “protestam” contra as formas atuais da mídia, como o segundo caso ocorrido na cidade de São Paulo, aquele referente à tentativa de trocas de canais imaginários no telão da Avenida Paulista, já citado no item 1.3. “Breve histórico”. Quando têm esse fim, podem ser encontradas algumas explicações para seu modo de agir.

Os organizadores de *Flash Mob*, fazendo parte de uma minoria descontente com a situação política vigente, no esforço de se fazerem ouvir, procuram usar as mesmas técnicas dos meios de comunicação de massa, a mídia dominante: mensagens por vezes metaforizadas em dramatizações simplificadas, até infantilizadas (apesar de esta característica especificamente ser evitada), e expostas em curto espaço de tempo, não cansando o espectador. Porém, nota-se que se toma o cuidado de não cair no discurso doutrinário, de pura retórica, artificial. Uma barreira é a compreensão da mensagem por estes, que geralmente necessitam de algo mais pedagógico, entretanto, o discurso tende a ser apresentado a um público em geral, o que permite atingir pelo menos parte das pessoas, previamente bem informadas.

Outro ponto a favor da utilidade política do *Flash Mob* é o próprio fato de as pessoas terem conhecimento e poder sobre formação de mídia, evitando a alienação em massa. O *Flash Mob*, ao menos em teoria, pode ser organizado por qualquer pessoa que tenha acesso à Internet. Com esse poder, pode-se interessar por certos assuntos que, se fossem apenas jogados a nós em forma de panfletos, não concederíamos a mínima atenção. Assim, a Internet não só permite o envio de “mensagens a vários destinatários, como ocorre em outros meios de comunicação, mas também permite múltiplos emissores, o que já não acontece na mídia tradicional” (Pôster, 2003: 330)

A Internet atualmente vem mostrando sua capacidade de ampliar os processos democráticos, facilitando o processo de organização de protestos políticos, como a Rede Eletrônica Pública da cidade de Santa Mônica, nos EUA (Rheingold *apud* Pôster, p.330), as manifestações em Seattle no início de 2000 contra a Organização Mundial do Comércio e o Banco Mundial, assim como contra o processo geral de globalização.



Temos também os protestos virtuais, como os realizados contra a *Lotus Corporation* (Gurak, 1997), quando um simples e-mail a amigos, enviada inicialmente por alguém que chamou a atenção para questões de privacidade relativas a um banco de dados de consumidores que estava sendo produzido pela *Lotus Corporation*, transformou-se numa tempestade de protestos virtuais. Isto acabou levando o presidente da *Lotus Corporation* – depois que ele conseguiu descobrir como acessar seu correio eletrônico – a abandonar o projeto.

O caso do *Clipper Chip* foi um pouco diferente. Aqui, várias organizações preocupadas com a Internet, como a *Electronic Freedom Frontier* (Fronteira da Liberdade Eletrônica), organizaram um protesto por e-mail contra o esforço da administração Clinton pra assumir o controle das comunicações na Internet pelo emprego de um *chip* de computador especial que faria com que apenas aquele *chip* pudesse decodificar todas as mensagens. Neste caso, o protesto teve algum sucesso.

Assim, a velocidade e a conectividade da Internet podem ser usadas para renovar as formas de mobilização política, além de permitir que comunidades, grupos e tribos totalmente heterogêneas se unam por interesses comuns, diminuindo a burocratização existente nos meios atuais de protestos e manifestações.

A Internet abriu as trancas do acesso à esfera pública, já que não é mais possível controlar as informações que circulam pela rede. Já que os mediadores culturais vão perdendo sua influência quando se trata de informações veiculadas pela rede, temos um avanço significativo na liberdade de expressão e a possibilidade de ampliar os modos pelos quais os cidadãos lutam pelos seus direitos, como diz Pierre Lévy (2003: 372):

(...) finalmente, é preciso sublinhar que a Internet é, hoje, o meio mais eficaz para contornar a censura dos regimes autoritários. Pode-se levantar a hipótese de que um país no qual 25% da população estejam conectados à Internet não poderia mais manter uma ditadura.

Além disso, as comunidades virtuais vêm aumentando as possibilidades de encontros e troca de informações entre pessoas que já possuem suas comunidades “físicas”, tais como empresas, cidades ou associações, que constituem comunidades agora no ciberespaço, a partir de uma vontade de comunicação em torno de "pontos comuns", quaisquer que sejam, entre internautas. O tamanho e a densidade de frequência das comunidades virtuais são, hoje em dia, questões comerciais, culturais e políticas maiores, na medida em que representam, ao mesmo tempo, um mercado, uma



fração da opinião no novo espaço público e uma potência de inteligência coletiva (coordenação, cooperação, trocas de saberes, ajuda mútua, etc).

Como através do ciberespaço a população tem acesso às informações que anteriormente teriam que passar pelo filtro de jornalistas, médicos, advogados, professores ou políticos, cria-se a necessidade de se ter garantias de legitimidade da informação, ou seja, “essa transparência crescente da sociedade para si mesma implica novas exigências políticas.”(Lévy, 2003: 76)

Dentre essas possibilidades, temos também a formação de sites multipartidários, que propõem instrumentos de organização e ação política, fóruns de discussão, informações da atualidade estruturadas e bases de dados políticos de todos os tipos. A informação, a deliberação e a ação políticas nunca foram assim tão apoiadas por meios de comunicação, além da contribuição para o desenvolvimento de uma cultura do diálogo, pois reúnem os internautas por temas de debate mais do que por partidos, habituando-os a trocar idéias com cidadãos que não partilham suas idéias.

III. As Hipóteses

Inicialmente partimos da hipótese de que o *Flash Mob* é uma manifestação sociopolítica e pretendíamos verificar o alcance do movimento, ou seja, qual seria sua repercussão como articulação política e qual seria o significado do *Flash Mob* para os jovens brasileiros. Já que tem características tão ligadas aos jovens, como a Internet (meio de comunicação significativo para a sociedade e representativo dos jovens da atual geração), a arte (representação) e a inovação como forma de fazer política.

No entanto, durante o próprio desenvolvimento da pesquisa, notamos que estávamos equivocados quanto à sua essência integralmente sociopolítica. Isso parece decorrer do fato de que no Brasil essa manifestação, incipiente, ainda não atingiu todo seu potencial, como nos casos da Romênia e de Detroit, citados no item “1.3 Breve Histórico”, na Formulação do Problema de Pesquisa. Ou seja, o *Flash Mob* foi muito mais do que um simples movimento *non-sense*, característica essa muito usada como auto-promulgação de muitos grupos. Assim, o que poderia ter maior utilidade para a construção de uma sociedade, não é usado para tal fim. É o caso do grupo ARAC, que programou o primeiro *Flash Mob* do Brasil, ocorrido em São Paulo, e que alegou não ter objetivos de criticar situação alguma da época, sociedade ou política.



Nossa hipótese atual é a de que com um maior nível de organização e de consciência por parte dos participantes brasileiros, o movimento terá a possibilidade de obter resultados sociopolíticos mais eficazes, contribuindo para indicar falhas na sociedade e incitar mudanças.

IV. Amostragem

Primeiramente, para melhor estudarmos nosso objeto –o movimento *Flash Mob*–, escolhemos nos concentrar no Brasil, focando nossos olhares dentro dos casos ocorridos em São Paulo. Essa escolha se deu já que a maior parte das fontes de informação obtidas e utilizáveis provém deste ponto do país. Em segundo lugar, não abordaremos todos os casos ocorridos em São Paulo, mas o mais significativo: o primeiro³ e o segundo evento⁴, que tiveram uma maior repercussão dentre os participantes e a mídia.

Como fonte de informação, utilizaremos a entrevista qualitativa feita num grupo de contatos obtidos. Os contatos foram adquiridos por meio da Internet, em buscas no *Orkut*, comunidades e blogs, meios que os *mobbers* acessam e freqüentam largamente. A busca não se limitou a isso e, assim, obtivemos pessoas interessadas em participar desta etapa por meio de buscas pessoais feitas na própria Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – já que muitos estudantes pertencentes à ECA possuem o perfil artístico e político característico do *Flash Mob*. Sobre o perfil dos contatos, estamos encaixando-os em algumas categorias: *mobbers*, *não-mobbers*; *mobbers* políticos, *mobbers* que são adeptos por diversão, *mobbers* adeptos à idéia do *non-sense*.

A segunda parte das fontes de informação se constitui em materiais recolhidos na Internet, como os documentos utilizados para a divulgação do movimento, feita um dia antes; relatos sobre os *flash mobs* paulistanos e sobre alguns outros feitos em países distintos do Brasil.

Com toda essa amostragem, pretendemos chegar a dados suficientes para uma análise que produza substratos mais ricos, sem perder de vista nossos objetivos: compreender o motivo que leva um jovem a participar desse tipo de manifestação e verificar se há uma consciência política, social ou artística dentre os participantes. Além disso, pretendemos

³ Veja no item “1.3. Breve-Histórico” as características desse movimento.

⁴ Veja no item “1.3. Breve-Histórico” as características desse segundo movimento.



utilizar esses registros citados sobre os *flash mobs* no Brasil e em outros países a fim de localizar o objeto de pesquisa historicamente e contextualizá-lo dentro das mudanças socioculturais e políticas causadas pelo avanço tecnológico e cibernético nos últimos tempos.

V. As Técnicas de Coleta de Dados

Para melhor eficiência na coleta de dados, inicialmente optamos pela entrevista pessoal. Porém, a entrevista tende a ser via Internet, devido à própria natureza do objeto. Esclarecemos: devido ao fato dos entrevistados se familiarizarem demasiadamente com a comunicação feita pelo meio eletrônico, se disponibilizando apenas por esse instrumento, parte das entrevistas ficaram condicionadas a serem realizadas pela Internet. Assim, neste caso, notamos que a melhor forma de obter informações, de forma mais dinâmica e precisa, seria por meio de *chats* (salas de bate-papo) ou MSN. Desta maneira, o entrevistado não perde o interesse por passar suas informações, já que não teria que ficar preocupado em redigir um texto, como em um questionário via e-mail. A troca de informações (perguntas, respostas) será beneficiada pela vantagem de podermos levantar questões em cima das respostas dos entrevistados, podendo-se assim, guiar a entrevista (ter um maior controle sobre ela) ao mesmo tempo em que se incentiva o entrevistado. Dentro do uso da técnica de entrevista por *chat*, idealizamos também realizar a entrevista, ou parte dela, reunindo vários contatos em um grupo de discussão e debate sobre o tema.

Já com o grupo de contatos que se disponibilizarem para entrevista pessoal, intentamos realizar uma entrevista prévia com cada um e depois dispô-los em uma entrevista em grupo para um debate aberto, discutindo sobre as diferentes visões que existem sobre o *Flash Mob*. Além disso, a vantagem desse segundo tipo de entrevista é que se poderão observar dados contidos fora da fala, expressos corporalmente.



VI. A Descrição dos Dados

Nesta fase, os dados coletados serão submetidos à análise descritiva

VII. A Interpretação dos Dados

Nesta fase, os dados coletados serão submetidos à análise interpretativa através dos modelos teóricos adotados.

VIII. Conclusões

Serão apresentadas as conclusões obtidas por meio das análises descritiva e interpretativa dos dados coletados ao longo da pesquisa.

Referências bibliográficas

- BOURDIEU, Pierre. “O mercado de bens simbólicos”, *in: A economia das trocas simbólicas*. São Paulo : Perspectiva, 1992
- CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003
- _____. *A sociedade em rede*. 8ª ed. São Paulo : Paz e Terra, 2005
- CHARTRAND, Robert Lee (editor). *Critical issues in the information age*. Metuchen, N.J. : Scarecrow Press, 1991.
- FABRIS, Annateresa (org.). *Arte e política : algumas possibilidades de leitura*. Belo Horizonte; São Paulo : Editora C/Arte: FAPESP, 1998
- FORD, Aníbal “O contexto do público: transformações comunicacionais e socioculturais”, *in: Dênis de Moraes (org.) Por uma outra comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.



GURAK, Laura. *Persuasion and privacy in cyberspace: The online protest over Lotus Market Place and The Clippership*. New Haven: Yale University Press, 1997

LÉVY, Pierre. “Pela ciberdemocracia”, in: Dênis de Moraes (org.) *Por uma outra comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

LOPES, Maria Immacolata V. *Pesquisa em comunicação*. 8ª ed. São Paulo: Loyola, 2005

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *La educación desde la comunicación*. Buenos Aires: Norma, 2002

MODERNO, João Ricardo. *Arte contra política no Brasil*. Rio de Janeiro : Pallas Editora e Distribuidora, 1984

MORAIS, Pessoa de. *O desafio da era tecnológica*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1971

PAPPENHEIM, Fritz *Alienação do homem moderno : uma interpretação baseada em Marx e Tonnies*. S.l. : S.N., 1967

PÔSTER, Mark. “Cidadania, mídia digital e globalização”, in: Dênis de Moraes (org.) *Por uma outra comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

RAMONET, Ignácio. “O poder midiático”, in: Dênis de Moraes (org.) *Por uma outra comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

READ, Herbert. *Arte e alienação : o papel do artista na sociedade*. Rio de Janeiro : Zahar, 1968

VILCHES, Lorenzo. *A migração digital*. São Paulo: Loyola, 2003