

**PROBLEMATIZAÇÕES PRELIMINARES ACERCA DAS POSSIBILIDADES DE UMA COMUNICAÇÃO SEM RASTROS EM APLICATIVOS DE MENSAGENS**[[1]](#footnote-1)

**Janeth Pereira da Silva**[[2]](#footnote-2)**; Caio Cesar Giannini Oliveira**[[3]](#footnote-3)

**Resumo**

Este estudo pretende investigar a relevância e o papel do WhatsApp na organização e mobilização dos caminhoneiros na greve da categoria ocorrida no Brasil entre os dias 21 de maio e 02 de junho de 2018, também chamada de “crise do diesel”. Como consequência, espera-se ser possível, com esta investigação, demonstrar que as novas tecnologias de comunicação (neste caso uma plataforma social específica) representam um importante recurso para grandes mobilizações sociais e, também, um novo desafio para os governos e meios de comunicação convencionais, que agora precisam enfrentar o problema da liderança difusa, não centralizada em organizações tradicionais (ROSSI, 2018). Considerando a proximidade do evento em questão com as eleições presidenciais no Brasil, realizadas em outubro/2018, as menções deste estudo podem ser relacionadas aos impactos do uso dos aplicativos de mensagens instantâneas no processo político / eleitoral.

**Palavras-chave:** Movimentos Sociais; Plataformas Sociais; WhatsApp; Greve dos Caminhoneiros; Sociedade Midiatizada.

**Apresentação**

Em uma sociedade que se transforma a partir das inovações tecnológicas principalmente relacionadas aos aspectos comunicacional, midiático, informacional e digital, a evolução dos dispositivos que interferem nos comportamentos, possibilitando mudanças em vários aspectos (KOHN & MORAES, 2007), merece destaque, seja por promoverem acesso à informação, seja por representarem instrumentos possivelmente úteis a uma quebra de paradigmas de poder e contrapoder (CASTELLS, 2013).

Estamos inseridos em um contexto em que a sociedade tem se comunicado primordialmente por meio de mídias e que se transforma ao mesmo tempo em que proporciona e experimenta inovações tecnológicas; especial e principalmente relacionadas aos aspectos comunicacional, midiático, informacional e digital (Hjarvard, 2015). Trata-se de um cenário em que a evolução dos dispositivos que interferem nos comportamentos acaba por proporcionar mudanças sociais em diferentes aspectos (Kohn & Moraes, 2007).

Tais transformações reforçam socialidade (Knoblauch, 2013) ao mesmo tempo em que apresentam aos indivíduos os recursos necessários para uma comunicação em múltiplos formatos e também promovem acesso à informação. Além disso, a digitalização e a midiatização da comunicação entre indivíduos apresentam instrumentos possivelmente úteis a uma quebra de paradigmas de poder (Castells, 2013). Nesta disputa contemporânea, indivíduos agora atuam como emissores e agentes de circulação de mensagens.

A comunicação por meio de dispositivos móveis representa grande agente neste sentido. Por meio de dispositivos portáteis de comunicação, agentes individuais atuam num sistema de comunicação híbrido (Castells, 2015) em posição de igual potencial de alcance e reverberação que agentes institucionais tradicionais da mídia de massa. Os smartphones e os aplicativos de mensagens são importantes representantes desta transformação. Por meio destes instrumentos os indivíduos atuam produzindo e circulando informações em uma miríade de canais com alcance potencial a um grande número de interlocutores com os quais conseguem estar bastante próximos.

A informação está disponível em todos os espaços sociais por meio das chamadas mídias locativas que agregam conteúdo a locais específicos, criando territórios informacionais. Desenvolvem-se processos de emissão e recepção de informação vinculando lugares e dispositivos móveis digitais, de forma inédita. Esta informação é processada pelos dispositivos móveis (telefones celulares, *smartphones* e *tablets* em redes *wi-fi, bluetooth*, entre outros. As mídias locativas agregam conteúdo digital a uma localidade (LEMOS, 2007).

No caso da greve dos caminhoneiros, os postos de combustível onde se formaram os pontos de concentração podem ser vistos como territórios informacionais com mídias locativas sendo apropriadas para manifestações onde os ativistas usaram *smartphones e um software* específico de mensagens instantâneas.

**O WhatsApp como plataforma de comunicação e organização**

Os *softwares* de mensagens são utilizados para troca de mensagens de texto, áudios, vídeos e fotos, em tempo real, através da conexão pela internet, de forma gratuita. Eram chamados de “mensageiros instantâneos” ou “comunicadores instantâneos” nas versões para computadores e um dos pioneiros foi o ICQ, que foi mundialmente adotado e abriu caminho para o desenvolvimento de outras aplicações. Com a chegada dos dispositivos de comunicação móvel (celulares e *smartphones*), cresceu o desenvolvimento dos mensageiros instantâneos, também conhecidos por IM (do inglês *Instant Messaging*), em formato de aplicativos. O aplicativo WhatsApp é um destes mensageiros instantâneos, que se insere neste recente paradigma de comunicação e interatividade (ROCHA, PEREIRA e SOARES, 2017).

O WhatsApp é um exemplo de espaço híbrido de comunicação ponto a ponto ou em grupos e listas de distribuição que dá a agentes individuais condições de igualdade de atuação com relação a agentes institucionais. Criado em 2009 por dois desenvolvedores independentes, em 2014 o WhatsApp foi vendido ao Facebook por 22 bilhões de dólares (Oreskovic, 2014). A soma é relevante em virtude do volume de usuários do aplicativo e, complementarmente, em função de seu potencial, que pretendemos explorar e problematizar neste trabalho.

O aplicativo permite a troca de mensagens em texto, imagens, áudio e vídeo, além de realização de chamadas de voz e de vídeo entre dois ou mais participantes em grupo. Qualquer agente interessado pode criar uma discussão privada, em um grupo ou via lista de distribuição utilizando a plataforma. Desta maneira, entende-se tratar de um espaço em que tanto cidadãos quanto empresas de comunicação ou organizações de outra natureza podem iniciar e conduzir narrativas interagindo ou não (no caso das listas) com outros participantes.

Como reportado por Aizenkot e Kashy-Rosenbaum (2018), o WhatsApp se mostra como sendo a nova plataforma social, sendo utilizada amplamente no mundo inteiro e reunindo todas as características que permitem entender este aplicativo de troca de mensagens como uma plataforma de rede e de mídia social.

Nesse sentido, o WhatsApp proporciona este poder de subverter a ordem da comunicação conforme Castells (2013, 2015) ensaia. A transformação dos telefones móveis em minicomputadores com capacidade de reproduzir áudios, imagens fotos e vídeos permitiu que as pessoas compartilhem, e mais que isso, produzam conteúdos pessoais, de notícias e de qualquer natureza à medida que acontecem. Com a evolução dos aparelhos, denominados agora de dispositivos móveis e com possibilidade de armazenamento de dados cada vez mais abundante, a quantidade de dados multimídia que as pessoas passaram a criar e armazenar passou a ser virtualmente infinita (Koum & Brian, 2010).

Soma-se a isso a questão de como as mensagens circulam nesta plataforma. Diferentemente de outros espaços de mídia e rede social, no WhatsApp a comunicação se dá de forma direta, primordialmente; ou seja: de ponta-a-ponta. Para chegar até este formato, é necessário um pouco de contexto.

Quando a exploração comercial da internet teve início, em meados da década de 1990, vislumbrou-se a possibilidade de uma comunicação direta, sem os intermediadores ou gatekeepers da mídia de massa, estreitando o contato entre pessoas e entre marcas/organizações e seus públicos (GILLMOR, 2006; LEVINE et al, 2009). No entanto, este vislumbre ensejava um modelo de comunicação um pouco diferente do que seve com plataformas como o WhatsApp.

Esta primeira movimentação, especialmente do ponto de vista micro, ou seja, das relações entre indivíduos, indicava os sites pessoais como potencializadores deste processo. Por meio de um site pessoal, pessoas comuns poderiam se tornar agentes de produção e distribuição de informações, comunicando-se diretamente com seus pares. Negroponte (1995) chamou de narrowcasting este processo. Embora Negroponte (1995), em seu texto, faça referência a conteúdo audiovisual, primordialmente, o conceito pode ser aplicado para produção textual e em também em outros formatos. Em essência, a ideia de Narrowcasting evoca a entrega direta de conteúdo produzida por uma infinidade de fontes, principalmente amadores (KEEN, 2009) – mas não restrito a eles – para seus públicos, também compostos de indivíduos.

Os weblogs tornaram esta potência realidade. Por meio deste tipo específico de site, pessoas passaram a ter voz, ser ouvidas e participarem do processo de comunicação na produção e circulação de mensagens. Uma segunda movimentação, especialmente percebida a partir de 2004 fez com que esta participação migrasse dos sites pessoais e weblogs para outras plataformas sociais. Falamos aqui dos sites de rede social (BOYD e ELLISON, 2007), em especial Twitter, fundado em 2006 e o Facebook. Este último que, a partir da implementação do newsfeed, em 2007 (SUN et al, 2009), centraliza as publicações de todos os seus contatos ou amigos em um único espaço, sem limite de caracteres como o primeiro e com a possibilidade de comentários aninhados e inserção de links externos bem como material multimídia.

As características no newsfeed do Facebook fizeram com que o processo de produção e circulação de informações na internet ficasse ainda mais simples. Dessa forma, houve uma migração natural de usuários para esta plataforma, o que ajudou em seu crescimento. Por meio do newsfeed do Facebook todos podem acompanhar o que seus amigos / contatos produzem e replicar estas mensagens, além de participar de discussões sobre elas num só lugar. Este processo possibilitou a centralização desta dinâmica de interação em uma única plataforma, diferentemente do que ocorre com sites pessoais.

As linhas acima descrevem duas facetas da dinâmica de circulação de informação na web. Uma aberta e ampla, por meio de sites pessoais e weblogs e outra, restrita a usuários cadastrados no Facebook, mas não necessariamente menos ampla, uma vez que tem-se mais de dois bilhões de usuários ativos na plataforma mensalmente[[4]](#footnote-4).

Em 2007, quando é lançado o iPhone, percebe-se uma mudança substancial no comportamento das pessoas, que agora passam a usar smartphones com uma frequência crescente, usando o dispositivo para muito mais do que conversar pelo telefone[[5]](#footnote-5). Parte desta mudança se dá em função da comunicação por mensagens instantâneas. Como dito anteriormente, em 2009, quando se dá a criação do WhatsApp este cenário de mudança está em curso e plataformas como o WhatsApp proporcionam uma alteração no modo com o qual lidamos com a produção, a circulação e o consumo de informações de uma terceira maneira.

Em plataformas de mensagens instantâneas a comunicação se dá prioritariamente de forma direta entre pessoas. No WhastApp isso não é diferente. Nesta plataforma dinâmica se dá em três formas principais: 1) diretamente entre usuários (modo prevalente, com maior adoção); 2) por meio de grupos de usuários – principalmente fechados , como é o caso dos grupos de WhatsApp; e 3) por meio de listas de distribuição (de longe, o modo menos adotado) onde um emissor publica a mensagem e todos os membros da lista tem acesso, mas não podem responder às mensagens. Nas duas primeiras formas descritas de interação no WhatsApp, não é possível ter acesso às mensagens de uma conversa ou de um grupo sem que se faça parte do processo a não ser pelo encaminhamento de mensagens publicadas nestes espaços por algum membro participante de forma individual (uma mensagem por vez). Isso é crucial para o presente trabalho.

A dinâmica peculiar de comunicação no WhatsApp proporciona um desafio para quem não faz parte do processo, pela dificuldade do acesso e da leitura / consumo de informações restritas a diálogos pessoais e grupos fechados, ao mesmo tempo em que, justamente por se dar de forma direta, apresenta uma capacidade de alcance orgânico sem precedentes. Sabe-se que tendemos a confiar mais em informações que são produzidas / entregues por aqueles com quem compartilhamos características e que pensam como nós (HERMIDA et al, 2012; VOSOUGHI et al, 2018). Isso se dá em função da percepção de que uma mensagem repassada por alguma pessoa como nós passou por sua curadoria, sua leitura e seu crivo, antes do repasse. No entanto, não é bem isso que acontece. Boa parte dos compartilhamentos não reflete a efetiva leitura ou checagem do material compartilhado.

Antagonicamente, é justamente este rápido repasse que dá a estas plataformas sociais como o WhatsApp a característica de rápido e amplo difusor orgânico de informações. E é esta característica que ajudou, como será evidenciado a seguir, a organização dos caminhoneiros no Brasil em maio de 2018.

Este estudo pretende trabalhar a relevância e o papel do WhatsApp na organização e mobilização de movimentos sociais. Como caso a ser trabalhado, escolheu-se a movimentação empreendida pelos caminhoneiros entre os dias 21 de maio e 02 de junho de 2018. Ao mesmo tempo, é objetivo problematizar as peculiaridades deste tipo de organização social intermediada por recursos como o aplicativo em questão, que tem sido encarado como uma plataforma social representante de um novo formato de interação (DE ALMEIDA, DE ARAÚJO E DE PAULA, 2015; CARVALHO e FORT, 2017).

Entende-se, a partir deste trabalho, ser possível demonstrar que as novas tecnologias de comunicação representam um importante recurso para grandes mobilizações sociais e, também, um novo desafio para os governos e meios de comunicação convencionais, que agora precisam enfrentar o problema da liderança difusa, não centralizada em organizações tradicionais (Rossi, 2018). Dessa forma, o presente trabalho busca investigar os aplicativos de mensagens instantâneas como representantes da contínua transformação da comunicação no contexto digital ampliando a ação dos atores sociais (Castells, 2013).

Ao tratar da importância do WhatsApp na movimentação dos caminhoneiros enquanto ferramenta eficiente de tecnologia móvel capaz de conectar pessoas de forma conveniente, busca-se lançar os olhos sobre esta profunda mudança da forma de interação social.

**Discussão e problematização do caso da greve dos caminhoneiros de 2018 no Brasil**

Em 07 de maio de 2018 o “Blog dos Caminhoneiros” anunciou que protestos contra os aumentos sucessivos do óleo diesel haviam começado na via Dutra/RJ e iriam se intensificar. No dia 14, a Associação Brasileira dos Caminhoneiros (ABCAM) protocolou ofício na Presidência da República exigindo a redução dos impostos sobre os combustíveis, com prazo até dia 20. No dia 18, a Confederação Nacional dos Transportadores Autônomos (CNTA) lançou comunicado em que mencionava a possibilidade de paralisação a partir de segunda-feira, 21 de maio. Como o governo subestimou a continuidade ou o fortalecimento do movimento, no sábado seguinte, já havia mais de 500 obstruções de estradas. A semana estava terminando e prenunciava o caos que começava a se formar em todo o país: postos sem combustível, produtos faltando nas prateleiras de supermercados, hospitais com atendimentos comprometidos, viagens de ônibus e aéreas sendo canceladas e até mesmo ambulâncias e viaturas policiais paralisadas (COSTA, 2018).

A movimentação empreendida pelos caminhoneiros autônomos e empresas de transporte conseguiu parar rodovias em 24 estados e no Distrito Federal durante 10 dias para pressionar o governo federal a reduzir o preço do óleo diesel, encerrar a cobrança de pedágio por eixo suspenso e do PIS/COFINS[[6]](#footnote-6) sobre o diesel e estabelecer uma tabela de valores mínimos para a cobrança do frete rodoviário. A ação, que surpreendeu a maioria dos brasileiros, teve o WhatsApp como protagonista enquanto recurso mais usado na comunicação entre os integrantes do movimento, que se configurou como a maior mobilização mundial já feita pelo aplicativo até aquele momento (Rossi, 2018). O governo federal, embora tenha recebido os comunicados das entidades representativas da categoria, optou por ignorá-las (Sakamoto, 2018).

Nesta movimentação foi o WhatsApp que se configurou como o instrumento disponível para estabelecer as redes sociais que impulsionaram o movimento, dando aos manifestantes poder de barganha com o governo. A mobilização proporcionou uma crise sem precedentes no abastecimento do Brasil e o governo cedeu à pressão, criando às pressas, um pacote de medidas para a categoria (O Estado de S.Paulo, 2018). Na sexta-feira, 2 de junho de 2018, Pedro Parente, presidente da Petrobras apontado como pivô da greve dos caminhoneiros, por causa da política de preços da estatal, pediu demissão. (Costa, 2018).

Uma semana antes da deflagração da greve, uma mensagem chegou a um grupo do WhatsApp de 60 caminhoneiros, na região de Embu da Artes, em São Paulo, informando que o Brasil iria parar. Integrantes deste grupo criaram outros grupos replicando a mensagem. Na sexta-feira, 25 de maio, o grupo de origem já reunia mais de 250 pessoas se tornando a principal forma de comunicação dos manifestantes (Folha de S. Paulo, 2018).

A criação de grupos se alastrou para outros estados e a mobilização atingiu o país inteiro possibilitando que a paralização continuasse mesmo depois do anúncio do governo federal de que a greve teria acabado em função de acordo realizado com entidades de classe, no quarto dia de protestos.

Assim foi realizada a mobilização dos caminhoneiros nas rodovias brasileiras. Mensagens, fotos, áudios vídeos, comunicados e notícias sobre a greve se espalharam pelo país, através do aplicativo (FOLHA DE S. PAULO, 2018b). Esse processo dinâmico da rede social, proporcionado pela ferramenta de comunicação online remete ao conceito de laços, compreendido por interações repetidas e trocas entre os atores sociais. Os laços podem ser fortes e fracos que se caracterizam pela intimidade e proximidade ou por relações esparsas e distantes, respectivamente (RECUERO, 2005).

As plataformas e redes da internet fortalecem os laços entre as pessoas, já existentes antes da era digital. Conhecidos e familiares ainda são os laços fortes, inicialmente, e lideranças de todos os tipos, os laços fracos. Nas mobilizações, os laços fortes são responsáveis pela maior competência da convocação e ganharam mais potência com as ferramentas online que mantêm as pessoas sempre conectadas e ligadas umas às outras para dialogar, convocar e mobilizar (BITTENCOURT, 2015). Com o tempo, entretanto, à medida em que as relações por meio de plataformas digitais se estreitam, laços que outrora se enquadravam na classificação de laços fracos, tendem a se fortalecer. Nesse momento, é importante também deixar claro que a nomenclatura “laço forte” e “laço fraco” não qualifica prioritariamente um tipo como melhor ou pior do que outro. Sabe-se que laços fracos são especialmente importantes na difusão e circulação de informações (GRANOVETTER, 1977).

Os laços sociais são representados por “pessoas interconectadas” criando relacionamentos recíprocos e interativos de confiança. Tais relacionamentos geram capital social, conceito que constitui-se pelo conjunto de recursos de um grupo, obtido pela troca de recursos individuais, que pode ser usufruído por todos. O capital social pode ser acumulado pelo aprofundamento de um laço social, aumentando o sentimento de grupo e, portanto, o conteúdo das trocas ou as mensagens dessas relações ou redes deve ser considerado e analisado (RECUERO, 2005).

As manifestações públicas com presença nas ruas são impulsionadas pelas redes digitais e o ambiente virtual amplia o impulso para a ação, facilitando a convocação dos indivíduos. Desse modo, as comunidades virtuais proporcionam a troca de informações jamais vista em outras mídias. Pessoas que não participariam de um debate presencial podem participar dos debates virtuais e até se tornarem formadores de opinião. Assim surgem os líderes da internet, muitas vezes pessoas comuns que, por meio de suas postagens vão reunindo seguidores e se transformam em líderes sociais (BITTENCOURT, 2015).

A participação direta de pessoas no processo foi peculiar. Tanto por meio de plataformas de trocas de mensagens quanto por meio de plataformas sociais como o Twitter, o Facebook e o YouTube, discutia-se e tentava-se entender o que estava acontecendo naquele momento no Brasil. Entretanto, foi a troca direta de mensagens no WhatsApp que fez circular a maior quantidade de informações sobre a movimentação. Desta mesma forma, entende-se que a difusão de mensagens pelas plataformas sociais, em especial pelo WhatsApp, possibilitou que a população se comunicasse, informasse e compreendesse as reivindicações dos caminhoneiros (FOLHA DE S. PAULO, 2018a).

Na era digital, a convergência compreendida como um fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídias não acontece por meio dos aparelhos detentores de avançadas tecnologias com múltiplas funções. A convergência ocorre dentro do cérebro dos indivíduos e em suas interações sociais com os outros. Cada um constrói a sua própria história a partir de informações retiradas das mídias para serem transformados em recursos do cotidiano. Como as informações são infinitas e impossíveis de armazenar no cérebro, há um incentivo para que haja conversas entre o indivíduo e a mídia e tais conversas estão cada vez mais valorizadas pelas próprias mídias. O consumo tornou-se um processo coletivo, chamado de inteligência coletiva (LEVY, 2007) que, por sua vez, pode ser entendida como uma fonte alternativa do poder midiático. Por meio da cultura da convergência é possível aprender a usar esse poder nas interações diárias (JENKINS, 2015).

A conversação online possibilita trocas de informação entre os agentes, capazes de construir contextos sociais. As trocas ocorrem no ambiente virtual de acordo com elementos e representações por meio das interações entre os agentes (RECUERO, 2012). Assim, são formadas as redes e grupos sociais no processo comunicacional do ciberespaço onde os perfis dos envolvidos são os “nós” e as conexões entre eles formam a rede propriamente dita. As interações representam as conexões da rede, construídas e negociadas entre os agentes (RECUERO, 2009).

Dessa forma surgem as “audiências invisíveis” que resultam da buscabilidade e replicabilidade: o que é publicado no ambiente virtual é mostrado para audiências que não estavam presentes na época da publicação e que, podem não aparecer para os atores. Assim, o alcance da conversação online vai além dos indivíduos envolvidos (RECUERO, 2012).

A própria estrutura das redes sociais, onde os usuários se agrupam por familiaridade com pessoas e assuntos, torna-se propícia para as convocações e viabiliza este cenário apresentado aqui, onde a proximidade – seja via diálogos diretos ou em grupos – adiciona um importante ingrediente na dinâmica da comunicação no contexto de rede. Esta proximidade, deve-se ressaltar, não precisa ser física, obrigatoriamente. Entende-se por proximidade também a afinidade e o compartilhamento de uma compreensão de mundo entre pessoas. Isso se dá em sites, fóruns, weblogs, plataformas de rede social e, claro, em grupos de WhatsApp. Em virtude disso, grupos de interesse são formados e chamados a interagir entre si, através dos relacionamentos. Outros atores propagarão esse conteúdo promovendo uma conexão por espontaneidade potencializando o poder de mobilização dos primeiros (Bittencourt, 2015).

**Conclusões e considerações finais**

A grave crise enfrentada pelo o Brasil por dez dias consecutivos, consequência da paralisação dos caminhoneiros e empresas de transporte, que afetou todos os setores da economia do país foi organizada pelo WhatsApp numa mobilização considerada inédita. Pelo fato de o aplicativo caracterizar-se por uma comunicação fechada (ponta a ponta), de um usuário para outro e para grupos restritos, pessoas podem se organizar e mobilizar, sem que que grupos mais amplos ou agentes específicos fiquem sabendo. Tal característica dificultou a identificação de lideranças quando as autoridades do governo quiseram negociar. O poder da ferramenta para compartilhar informações e mobilizar pessoas em torno de uma ideia ficou demonstrado pela greve dos caminhoneiros chamada também de “crise do diesel”. Esse poder foi posteriormente demonstrado a partir de seu uso em outros momentos importantes para o país como a campanha eleitoral de 2018 (EL PAÍS, 2018).

Movimentos sociais em rede que ganharam expressão a partir de 2010, a cuja lista se integra, agora, a greve dos caminhoneiros – como tratado aqui – fazem refletir sobre um novo espaço de autonomia e o importante papel da internet na sociedade atual (CASTELLS, 2013).

Os cidadãos, no caso da movimentação e greve dos caminhoneiros no Brasil em 2018, organizados por meio de plataformas sociais, ignoraram os partidos políticos, não reconheceram nenhuma liderança e rejeitaram toda organização formal, sustentando-se na internet e em assembleias locais para o debate coletivo e a tomada de decisões. Espalharam-se em um mundo ligado pelas tecnologias móveis facilitadoras da difusão rápida de imagens e ideias. Pessoas de todas as condições ocuparam o espaço público a partir da segurança do ciberespaço em uma manifestação de autoconsciência, reivindicando o direito de fazer a própria história. Lutaram contra poderes constituídos opressores e transformaram medo em indignação e indignação em esperança de uma humanidade melhor (CASTELLS, 2013).

Na greve dos caminhoneiros o WhatsApp se configurou como o instrumento disponível para estabelecer as redes sociais que impulsionaram o movimento, dando aos manifestantes poder de barganha com o governo. A mobilização foi responsável por uma crise sem precedentes no abastecimento do Brasil e o governo cedeu à pressão, criando às pressas, um pacote de medidas para a categoria (O ESTADO DE SÃO PAULO, 2018).

O protagonismo do WhatApp na greve dos caminhoneiros bem como o crescimento do uso do aplicativo no Brasil são indicativos de que a plataforma social já é e, no futuro, poderá ser um palco ainda mais importante e determinante para o debate político no país e, portanto, um instrumento de transformação da sociedade. O caso da mobilização e greve dos caminhoneiros no Brasil em 2018 trabalhado nesta investigação deixa evidente que pessoas, por meio de ferramentas sociais como o aplicativo WhatsApp podem ocupar o espaço público nesta modalidade virtual em uma “manifestação de autoconsciência, reivindicando o direito de fazer a própria história.”

Não obstante é preciso reforçar que estamos completando a primeira década de uso ostensivo de plataformas e aplicações de troca de mensagens instantâneas por meio de dispositivos móveis. Ainda é a infância deste novo formato de produção, circulação e consumo de informações. Desde a introdução massiva dos smartphones na sociedade, ocorrida em 2007 com o lançamento do iPhone e, principalmente do ecossistema de aplicativos da App Store, o número de pessoas que usam estes dispositivos e os serviços que nele operam tem apenas crescido. Em países como o Brasil estes números tendem a continuar crescendo à medida em que mais e mais pessoas aderem aos smartphones e começam a participar desta nova dinâmica comunicacional. Nesse sentido é, então, importante atentar ao fato de que a educação e compreensão, pensamento crítico e checagem de informações se mostram preponderantes.

Além disso, deve ser considerada a ação de atores que visam se aproveitar das características e da dinâmica destes espaços de interação para tirar proveito, como foi o caso da prevalência de grupos e usuários falsos e/ou robôs na plataforma que ostensivamente compartilhavam notícias durante o processo eleitoral presidencial de 2018 no Brasil (EL PAÍS, 2018). Tal exemplo, embora não tenha ligação direta com o caso trabalhado neste texto, ajuda a compor um cenário indicativo da importância desta plataforma e do peso que ela – bem como outras plataformas e aplicativos de troca de mensagens instantâneas diretas – têm nas decisões das pessoas, o que pode impactar de forma substancial processos sociais e políticos em todo o mundo.

Por isso mesmo, mostra ser de igual importância e relevância a atenção ao fato de que é justamente o conjunto de funcionalidades que dá ao WhatsApp e demais plataformas de aplicações semelhantes esta característica positiva de agregação, mudança na dinâmica de comunicação (produção, circulação e consumo de informações) e participação do cidadão no processo social e político que também proporciona a difusão de informações falsas e desinformação na rede (HERMIDA et al, 2012; VOSOUGHI et al, 2018).

De certo é necessário debruçar-se com mais atenção sobre estes eventos de forma a começar a compreender as novas dinâmicas comunicacionais. Nesse sentido, é imprescindível que se desenvolvam mais investigações acerca de plataformas de comunicação instantânea com a finalidade de compreendê-las melhor e, principalmente, começar a entender de forma efetiva as relações entre estas plataformas e aplicações como espaços de interação social e de mobilização. Entende-se e recomenda-se, portanto, que mais estudos sejam conduzidos tanto sobre o WhatsApp quanto sobre outros aplicativos que possibilitam esta movimentação e que compartilhem estas características de comunicação ponta-a-ponta.

**Referências Bibliográficas**

AIZENKOT, Dana; KASHY-ROSENBAUM, Gabriela. Cyberbullying in WhatsApp classmates’ groups: Evaluation of an intervention program implemented in Israeli elementary and middle schools. **New Media & Society**, p. 1461444818782702, 2018.

BITTENCOURT, M. O poder de mobilização social das ferramentas de comunicação online: Uma análise do processo de convocação para as manifestações populares. **Parágrafo**, v. 3, n. 2, p. 193–200, 2015.

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. **Journal of computer‐mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2007.

CARVALHO, A. P. P. DE; FORT, M. C. Conexões virtuais e desconexões presenciais: a comunicação via whatsapp em ambientes corporativos. **Comunicação & Inovação**, v. 18, n. 36, p. 37–50, 2017.

CASTELLS, M. **Redes de Indignação e Esperança**: Movimentos sociais na era da internet. 1. ed. Zahar, 2013.

CASTELLS, M. **O poder da Comunicação**. 1. ed. São Paulo / Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

COSTA, R. Pedro Parente deixa a presidência da Petrobras. **em.com.br - Economia**. [S.l: s.n.]. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2018/06/01/internas\_economia,963756/pedro-parente-deixa-a-presidencia-da-petrobras.shtml>. , 1 jun. 2018

DE ALMEIDA SOUZA, Juliana Lopes; DE ARAÚJO, Daniel Costa; DE PAULA, Diego Alves. Mídia social WhatsApp: uma análise sobre as interações sociais. **Revista Alterjor**, v. 11, n. 1, p. 131-165, 2015.

EL PAÍS. Empresas compram pacotes ilegais de envio de mensagens contra o PT no WhatsApp, diz jornal. **Eleições 2018**. [S.l: s.n.]. Disponível em: < https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/politica/1539873857\_405677.html >. , 19 de Outubro de 2018

FOLHA DE S. PAULO. Apoio da população a caminhoneiros causa perplexidade, diz Economist. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/06/apoio-da-populacao-a-caminhoneiros-causa-perplexidade-diz-economist.shtml>. , 01 de Junho de 2018.

FOLHA DE S. PAULO. WhatsApp organiza e (des)informa manifestantes pelas rodovias do país. Folha de S. Paulo. [S.l: s.n.]. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/05/whatsapp-organiza-e-desinforma-manifestantes-pelas-rodovias-do-pais.shtml>. , 27 de maio de 2018.

GILLMOR, Dan. **We the media: Grassroots journalism by the people, for the people**. " O'Reilly Media, Inc.", 2006.

GRANOVETTER, Mark S. The strength of weak ties. In: **Social networks**. 1977. p. 347-367.

HERMIDA, Alfred et al. Share, like, recommend: Decoding the social media news consumer. **Journalism Studies**, v. 13, n. 5-6, p. 815-824, 2012.

HJARVARD, S. Da Mediação à Midiatização: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**, v. 2, n. 3, p. 51–62, 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Aleph, 2015.

JORNAL NACIONAL. Datafolha faz pesquisa sobre apoio à greve dos caminhoneiros. [S.l: s.n.]. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2018/05/datafolha-faz-pesquisa-sobre-apoio-greve-dos-caminhoneiros.html>. , 30 de maio de 2018.

KEEN, Andrew. **O culto do amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores**. Zahar, 2009.

KNOBLAUCH, H. Communicative Constructivism and Mediatization: Communicative Constructivism and Mediatization. **Communication Theory**, v. 23, n. 3, p. 297–315, ago. 2013.

KOHN, K.; MORAES, C. H. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: **XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - 2007**, Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

KOUM, Jan; ACTON, Brian. **Multimedia transcoding method and system for mobile devices**. U.S. Patent n. 9,628,831, 18 abr. 2017.

LEMOS, André. Mídia locativa e territórios informacionais. **Information media**, 2007.

LEVINE, Rick et al. **The cluetrain manifesto**. Basic books, 2009.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência coletiva**. Edições Loyola, 2007.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

O ESTADO DE S.PAULO. Greve dos caminhoneiros: entenda o movimento que parou o Brasil. **Estadão - Economia e Negócios**. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,perguntas-e-respostas-sobre-a-greve-dos-caminhoneiros,70002319904>. , 22 de maio de 2018.

ORESKOVIC, A. Preço final de compra do Whatsapp pelo Facebook sobe a US$22 bi. **Reuters - Notícias e Negócios**. [S.l: s.n.]. Disponível em: <https://br.reuters.com/article/internetNews/idBRKCN0HV1XB20141006>. , 6 de out. de 2014.

RECUERO, Raquel. Comunidades Virtuais em Redes Sociais na Internet: Uma proposta de estudo. **E-Compós** (Brasília), Internet, v. 4, n.Dez 2005, p. 1-15, 2005.

RECUERO, Raquel; Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. **Famecos**, 38(38), 118–128. Disponível em http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/viewFile/5775/5137, 2009.

RECUERO, Raquel. A conversação como apropriação na comunicação mediada pelo computador. **Comunicação, cultura de rede e jornalismo**, p. 259-274, 2012.

ROCHA, Damião; PEREIRA, Isabel Auler; SOARES, Valtuir. " WhatsApp": de mensageiro instantâneo e chamada de voz em smartphones, para dispositivo de comunicação ubíqua dos gestores EAD da UFT/UAB no cerrado tocantinense. **Revista Desafios**, v. 4, n. 2, p. 185-193, 2017.

ROSSI, A. Como o WhatsApp mobilizou caminhoneiros, driblou governo e pode impactar eleições. **BBC Brasil**. [S.l: s.n.]. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-44325458>. , 2 de junho de 2018.

SAKAMOTO, L. Greve dos caminhoneiros mostra como é fácil parar um país sem governo. **Blog do Sakamoto**. [S.l: s.n.]. Disponível em: <https://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2018/05/24/greve-dos-caminhoneiros-mostra-como-e-facil-parar-um-pais-sem-governo>. , 24 de maio de 2018.

SUN, Eric et al. Gesundheit! modeling contagion through facebook news feed. In: **ICWSM**. 2009.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**, v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, 2018.

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 12: Resistência e Pluralismo nas redes, do XI Simpósio Nacional da ABCiber. [↑](#footnote-ref-1)
2. Especialista em Comunicação Digital pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. E-mail: janeth@totemcomunicacao.com.br [↑](#footnote-ref-2)
3. Professor Colaborador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC Minas e coordenador do Grupo de Pesquisa Rede de Estratégias Digitais Emergentes (REDE). E-mail: caiocgo@pucminas.br [↑](#footnote-ref-3)
4. https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/ [↑](#footnote-ref-4)
5. Muito embora, em 2007 já existissem smartphones antes do iPhone (como é o caso da linha N da Nokia e do aparelho Treo, da Palm), foi com o lançamento do iPhone, da Apple e – principalmente do ecossistema de aplicativos representado pela loja do iTunes (posteriormente migrada para a loja de aplicativos App Store) – que marca historicamente a chegada dos smartphones ao mundo. [↑](#footnote-ref-5)
6. PIS é o Programa de Integração Social, uma contribuição tributária de caráter social, que tem como objetivo financiar o pagamento do seguro-desemprego, abono e participação na receita dos órgãos e entidades, tanto para os trabalhadores de empresas públicas, como privadas. Já o COFINS é a Contribuição para Financiamento da Seguridade Social, instituída pela Lei Complementar 70 de 30/12/1991. Neste regime é permitida a apropriação de créditos em relação a custos, despesas e encargos da pessoa jurídica. As alíquotas da Contribuição para o PIS/Pasep e da Cofins são de 1,65% e de 7,6%, respectivamente. [↑](#footnote-ref-6)