

NOTÍCIAS ZECA DIRCEU

A força mobilizadora da rede

21/05/2011

A manifestação pública de maior repercussão no país nos últimos tempos não foi nenhuma passeata organizada por uma entidade estudantil ou protesto de central sindical. O “churrascão da gente diferenciada” – uma mobilização contra a mudança de uma estação de metrô em São Paulo, supostamente motivada por pressão de moradores preocupados com o movimento de pessoas de fora do bairro – apareceu em uma rede social e rapidamente ganhou milhares de adeptos. O crescimento do protesto virtual foi tão rápido que as autoridades, temendo confusão, pediram o cancelamento do evento. No fim, cerca de mil pessoas compareceram ao churrasco.

O episódio paulista é uma mostra da tendência que ainda tem de dizer a que veio. Mobilizações virtuais têm pipocado ao redor do país e com diferentes finalidades – em Curitiba, o exemplo mais recente foi organizado por donos de bares revoltados com o fechamento de um restaurante – e são um indício de que as mídias sociais facilitam e aceleram a criação de uma rede de pessoas conectadas por uma causa.

E o fenômeno não é só local, mas mundial. Na sexta-feira, na Espanha, dezenas de milhares de pessoas se reuniram em protestos contra a situação econômica do país. Os eventos foram organizados via mídias sociais. Os protestos no mundo árabe – a Primavera Árabe, como é chamada – também tiveram na internet a grande ferramenta de mobilização.

Para os analistas, que veem aí uma peça central de como a sociedade vai se organizar no futuro, exemplos como as manifestações no Egito, que depuseram o ditador Hosni Mubarak, alimentadas por jovens que se comunicavam via internet, deixam claro que as redes virtuais não servem apenas para churrascos bem-humorados. As redes sociais se tornaram uma ferramenta a mais para a mobilização e o ativismo social.

Mas, como o uso da internet ainda é recente no país e não é massivo, ainda há muitas dúvidas. Esta é uma febre passageira? A mobilização virtual tem o mesmo poder aglutinador que o ativismo no mundo real? Para especialistas, de forma geral, as redes sociais não são passageiras porque amplificam um comportamento que sempre foi inerente ao ser humano, que é a capacidade de se associar. Mas o resultado depende de quem as usa. É possível ingressar nas

redes sociais para discutir ideias, inovações, conhecer e re-encontrar amigos e se mobilizar. Também é possível, no entanto, praticar cyberbullying ou acessar redes de pedofilia.

Há quem critique o mundo virtual e acredite que a internet está dificultando o relacionamento face a face. Quem usa garante que as redes sociais ampliam horizontes, permitem conhecer pessoas e culturas diferentes. E mais: as amizades virtuais podem se tornar “reais”. “Na minha experiência, tenho observado que há um sentimento maior de eco, apoio, pertencimento e comunhão de ideias”, argumenta a pesquisadora Raquel Recuero, professora da Universidade Católica de Pelotas.

Em relação à capacidade de mobilização, embora ela ainda seja seminal, a internet também tem um perfil expansionista. “Sempre houve pessoas que fizeram o bem, mas hoje é mais fácil conectá-las”, diz o professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e especialista em redes sociais Gil Giardelli.

Para Raquel Recuero, as pessoas percebem tecnologias – como os sites de rede social e, em especial, o Twitter – como espaços de difusão de informações. “Com isso, conseguem mobilizar outras pessoas em torno de uma ideia”, explica.

A pesquisadora da Universidade Católica de Pelotas diz que mobilizações em torno de uma ideia e de uma informação sempre existiram. “A questão é que hoje há muito mais informação circulando nessas redes, o que possibilita que a gente tenha mais acesso e possa pensar mais sobre situações que necessariamente não receberiam tanta atenção.”

Ainda assim, Raquel lembra que, embora o debate seja válido, é importante notar que muitos desses movimentos não saem da esfera da crítica e não resultam em ações concretas.

Gil Giardelli afirma que a revolução provocada pela internet não é digital, mas moral.

“Esta é a primeira revolução sem um grande líder. Todos são importantes”, diz. Para o professor da ESPM, pela primeira vez haverá uma aldeia global. “O engajamento digital é um reflexo do que a sociedade está pedindo. Não cabe mais, por exemplo, uma empresa dizer que é sustentável e, na prática, não ser. A moeda do século XXI é a reputação.”