

**REDES SOCIAIS E ARRECADAÇÕES EMERGENCIAIS:
Análise de caso da mobilização por doações no desastre do Rio Grande do Sul**

**SOCIAL MEDIA AND EMERGENCY FUNDRAISING:
Case Study of Donation Mobilization in the Rio Grande do Sul Disaster**

Háisali dos Santos Lourenço¹, Leticia Zati Rosestolato², Gisele Cristina Nishiyama³

¹Centro Universitário do Sul de Minas, Varginha, Minas Gerais,
haisali.lourenco@alunos.unis.edu.br; <https://orcid.org/0009-0006-5143-4257>

²Centro Universitário do Sul de Minas, Varginha, Minas Gerais,
leticia.rosestolato@alunos.unis.edu.br; <https://orcid.org/0009-0007-9691-434X>

³Centro Universitário do Sul de Minas, Varginha, Minas Gerais,
gisele.nishiyama@professor.unis.edu.br; ORCID:
<https://orcid.org/0000-0002-7653-5381>

RESUMO (em Português)

Este trabalho analisa as redes sociais e as arrecadações emergenciais, com foco na mobilização por doações durante o desastre no Rio Grande do Sul. A abordagem se faz necessária para compreender como as plataformas digitais contribuem em situações de crises humanitárias e como fortalecem práticas de solidariedade. O estudo utiliza como método o estudo de caso das campanhas realizadas por influenciadores digitais e movimentos sociais, destacando figuras como Leticia Stuchi e Badin, o Colono, bem como outros participantes que ampliaram o alcance das ações. A pesquisa demonstra que a atuação conjunta entre influenciadores e organizações comunitárias potencializa a arrecadação de recursos, aumenta a eficiência na distribuição de doações e fortalece vínculos sociais, convertendo engajamento digital em impacto concreto. Os dados indicam que campanhas híbridas, que combinam mobilização presencial e digital, geram respostas mais rápidas e coordenadas, promovem a confiança do público e evitam a dispersão de esforços. Observa-se ainda que a diversidade de vozes e perfis nas redes sociais amplia o alcance das ações, incentivando a participação coletiva e consolidando a cultura da convergência, em que diferentes agentes colaboram em prol de objetivos comuns. Por fim, o estudo evidencia que a integração entre comunicação estratégica, credibilidade dos influenciadores e organização comunitária se revela uma ferramenta eficaz para transformar solidariedade digital em resultados mensuráveis, oferecendo aprendizados importantes para futuras situações de emergência e ações humanitárias.

Palavras-chave: Redes sociais, arrecadação emergencial, influenciadores digitais, mobilização por doações, Rio Grande do Sul.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho analisa as redes sociais e as arrecadações emergenciais, tendo como foco a mobilização por doações no desastre do Rio Grande do Sul. O problema central consiste em compreender de que forma as redes sociais impactaram nas contribuições realizadas nesse contexto.

Tal abordagem se faz necessária pela importância social de compreender como as redes sociais contribuem em situações de emergência, mobilizando recursos e solidariedade. Justifica-se também, pela motivação em estudar como campanhas online podem gerar impacto real e efetivo fora do ambiente digital. No campo acadêmico, a pesquisa se torna pertinente ao buscar ampliar os estudos sobre como as redes sociais impactam na vida real.

É importante ressaltar também a contribuição do trabalho para a comunidade acadêmica em geral, uma vez que possibilita a reflexão sobre os efeitos sociais das mídias digitais e sua relevância prática em situações de crise.

O objetivo deste trabalho é identificar e analisar como as redes sociais potencializaram a mobilização social e o engajamento coletivo em prol das vítimas do desastre no Rio Grande do Sul. A pesquisa busca compreender como o ciberespaço atua como ferramenta de resposta coletiva, permitindo uma resposta rápida, ampla e descentralizada frente a situações de emergência.

Este propósito será conseguido mediante um estudo de caso, possibilitando identificar como as redes sociais potencializaram as campanhas de arrecadação e estimulam práticas de solidariedade digital.

Além disso, o estudo pretende demonstrar como a colaboração entre influenciadores digitais, movimentos sociais e o público em geral cria um ecossistema de mobilização integrado, em que a comunicação online se articula diretamente com a ação presencial, gerando resultados concretos e mensuráveis em situações de crise.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Ao longo dos últimos anos, as redes sociais deixaram de ser apenas espaços de socialização para se tornarem importantes ferramentas de mobilização social e política. Em situações de crise, como desastres naturais, esses meios digitais têm se mostrado eficazes na articulação de respostas rápidas e descentralizadas, promovendo campanhas de arrecadação e engajamento coletivo. Este capítulo dedica-se a analisar como, no caso específico do desastre ocorrido no Rio Grande do Sul, as redes sociais desempenharam

um papel central na mobilização de recursos e na sensibilização pública.

Para aprofundar essa análise, o capítulo será estruturado em três tópicos centrais. No primeiro, será discutido como as redes sociais influenciam o comportamento da comunidade, com base em estudos sobre engajamento digital, formação de opinião e comportamento coletivo no ambiente online. Em seguida, o foco recairá sobre o desastre no Rio Grande do Sul, explicando o que ocorreu, quando começou, os acontecimentos principais e as pessoas afetadas, além de abordar a dinâmica das campanhas digitais e exemplos de mobilização e resposta pública. Por fim, será explorado o papel dos movimentos sociais e dos influencers digitais nas arrecadações, destacando como indivíduos e coletivos atuaram como agentes de solidariedade digital e amplificaram o alcance das ações emergenciais.

A análise será guiada por uma abordagem qualitativa, considerando publicações em plataformas como Instagram, Twitter (X), TikTok e Facebook, além de reportagens jornalísticas e dados de organizações envolvidas nas arrecadações. A escolha dessas fontes se justifica pela centralidade dessas plataformas na mobilização popular e pelo seu alcance massivo, que potencializa a disseminação de informações e convocações.

O objetivo aqui é compreender como o ambiente digital, especialmente as redes sociais, funcionou como um estímulo de solidariedade, permitindo que indivíduos comuns se tornassem agentes ativos em uma rede de apoio às vítimas da tragédia. Além disso, busca-se identificar os elementos que tornam uma campanha mais eficaz nesse cenário: linguagem, engajamento emocional, confiabilidade das fontes, repetição de mensagens e uso estratégico de imagens e vídeos.

Ao longo do capítulo, será possível perceber que a força das redes sociais reside não apenas na sua velocidade de disseminação, mas também na capacidade de conectar afetos, causas e ações de forma espontânea e descentralizada.

Essa capacidade de conectar pessoas e causas aponta para o papel das redes sociais na formação de comportamentos coletivos. No contexto de desastres, entender como essas plataformas influenciam atitudes e decisões da comunidade torna-se fundamental, permitindo analisar de que maneira informações, mobilizações e solidariedade são propagadas em momentos críticos.

2.1 Engajamento digital e a formação de vínculos sociais

É importante começar analisando o impacto das redes sociais nas atitudes e tomadas de decisão das pessoas. Segundo Shirky (2011), as redes sociais oferecem

mecanismos que permitem que pequenas ações individuais se conectem e se organizem digitalmente, possibilitando a coordenação em larga escala e a transformação de atitudes privadas em comportamentos coletivos.

De forma semelhante, Recuero (2014) afirma que as redes sociais não apenas disseminam informações, mas também moldam práticas sociais, uma vez que a circulação de discursos e interações digitais influencia comportamentos, valida narrativas e fortalece a ação coletiva.

O ambiente digital, além de ser um espaço de comunicação, tornou-se um território de pertencimento e identificação. Por meio das redes, indivíduos encontram causas, valores e comunidades com as quais se reconhecem, criando laços que ultrapassam fronteiras geográficas. Essa sensação de pertencimento reforça o engajamento e estimula a participação em campanhas solidárias, protestos e movimentos sociais. A interação constante e a visibilidade proporcionada pelas plataformas criam um ciclo de reconhecimento mútuo, onde o ato de compartilhar, comentar ou doar se converte em expressão de identidade e empatia.

Outro aspecto relevante é a lógica do engajamento impulsionada pelos algoritmos das plataformas. As redes sociais favorecem conteúdos que despertam emoção e identificação, o que contribui para que causas humanitárias e campanhas de solidariedade ganhem grande alcance. Essa dinâmica reforça o poder do afeto na comunicação digital: quanto mais as pessoas se emocionam e se sentem parte de algo, mais se engajam. Assim, as redes funcionam como aceleradoras da mobilização social, transformando sentimentos coletivos em ações coordenadas e efetivas.

Dessa maneira, percebe-se que o ambiente digital exerce papel fundamental na mobilização de indivíduos em torno de causas comuns, tornando-se um espaço central para a formação de vínculos sociais e para a articulação de ações coletivas. As redes sociais funcionam como catalisadoras de engajamento, capazes de transformar manifestações isoladas em movimentos coletivos mais amplos. Esse processo de mobilização se revela ainda mais potente em contextos de emergência, em que a solidariedade e a necessidade de ação imediata se tornam essenciais.

A seguir, trataremos do desastre ocorrido no Rio Grande do Sul, evidenciando como as redes sociais se mostraram decisivas na organização de esforços solidários, na divulgação de informações urgentes e na mobilização de recursos, reforçando sua relevância como ferramenta de ação social em situações de crise.

2.2 O desastre do Rio Grande do Sul

As enchentes que atingiram o Rio Grande do Sul em 2024 ficaram marcadas como uma das maiores tragédias ambientais do Brasil, atingindo milhares de famílias. O episódio, além de trazer perdas humanas e materiais, mostrou o despreparo da sociedade diante de fenômenos climáticos cada vez mais recorrentes e ressaltou a importância da comunicação como ferramenta estratégica em situações de crise.

O desastre gerou uma onda de mobilização em todo território nacional. Os meios de comunicação desempenharam papel essencial nesse processo, tanto na criação de campanhas emergenciais de arrecadação quanto na divulgação de mensagens que estimularam a solidariedade coletiva. Castells (2013) observa que a comunicação em rede amplia a capacidade de mobilização social, pois conecta indivíduos em torno de causas comuns. Essa perspectiva ajuda a compreender como as redes sociais atuaram como propagadoras de informações durante a tragédia, permitindo que a sociedade acompanhasse em tempo real a dimensão da crise e respondesse de forma rápida e solidária.

Assim, o desastre não se limitou a um evento ambiental, mas se consolidou como um caso relevante para compreender como estratégias de comunicação, quando bem direcionadas, podem ampliar a solidariedade, promover engajamento e reforçar a relevância das redes sociais como ferramentas sociais em momentos de emergência. Kotler e Keller (2012) destacam que a comunicação de marketing não se restringe à promoção de produtos, podendo também gerar valor simbólico e social ao conectar marcas e pessoas a causas significativas. Nesse sentido, o episódio no Rio Grande do Sul exemplifica como a publicidade pode assumir um papel ativo na mobilização de recursos e no fortalecimento da responsabilidade social das organizações.

Além disso, observa-se que a comunicação durante a tragédia não ocorreu apenas de forma vertical, ou seja, de grandes veículos ou organizações para o público, mas também de maneira horizontal, entre cidadãos, influenciadores e movimentos sociais. Essa interação direta permitiu que informações confiáveis circulassem rapidamente, facilitando a organização de pontos de arrecadação, voluntariado e doações. A interatividade característica das redes sociais criou um fluxo constante de troca de informações e apoio, que se tornou essencial para a eficiência das ações solidárias.

Outro ponto relevante é a atuação de influenciadores digitais como articuladores de solidariedade. Ao compartilhar apelos, vídeos e campanhas, essas personalidades

transformaram seu capital de confiança em mobilização concreta, convertendo seguidores em doadores e voluntários. Essa relação direta entre influência digital e ação social evidencia uma nova dinâmica de engajamento, em que a comunicação se torna simultaneamente instrumento de informação, persuasão e coordenação de esforços.

Por fim, o caso das enchentes de 2024 demonstra que a comunicação em momentos de crise vai além do simples repasse de informações: ela se configura como ferramenta estratégica capaz de fortalecer vínculos sociais, acelerar respostas emergenciais e ampliar o impacto de ações solidárias. A integração entre redes sociais, influenciadores e organizações tradicionais revela que a mobilização contemporânea depende cada vez mais da articulação entre diferentes atores e canais, consolidando a importância de estratégias comunicacionais coordenadas em situações críticas.

2.3 Desastres e solidariedade digital

Durante o desastre no Rio Grande do Sul, destacou-se a atuação conjunta entre movimentos sociais e influenciadores digitais na mobilização por doações. Enquanto os movimentos sociais já possuíam experiência em articular ações solidárias, os influenciadores ampliaram o alcance e a visibilidade das campanhas, tornando o engajamento mais rápido e efetivo. Essa parceria entre o digital e o presencial demonstrou como diferentes formas de mobilização podem se complementar para gerar resultados concretos.

Segundo Recuero (2009), as redes sociais permitem a criação de laços que favorecem a circulação de informações e a mobilização coletiva. Nesse contexto, organizações comunitárias e personalidades digitais atuaram como mediadores, conectando a sociedade às vítimas e garantindo que as informações e doações fossem direcionadas de maneira eficiente e confiável. Essa intermediação foi essencial para evitar a propagação de notícias falsas e otimizar os esforços solidários.

De acordo com Castells (2013), a lógica em rede amplia a capacidade de ação coletiva e descentraliza o poder, o que se refletiu na atuação dos movimentos sociais que, apoiados pelas redes, conseguiram expandir suas ações para diferentes regiões. Paralelamente, os influenciadores digitais usaram seu alcance e credibilidade para sensibilizar o público, convertendo visibilidade em ajuda concreta.

Esse fenômeno reflete o conceito de “solidariedade digital”, no qual o engajamento online se traduz em impacto real. O capital social dos influenciadores somou-se à estrutura dos movimentos sociais, criando uma rede de apoio integrada e

eficaz. Como aponta Jenkins (2009), a cultura da convergência permite a colaboração entre diferentes agentes sociais, e no caso do Rio Grande do Sul, essa união resultou em respostas rápidas, fortalecimento das redes de apoio e na comprovação de que o ambiente digital pode ser uma poderosa ferramenta de ação social.

Além disso, é possível observar que essa articulação digital-presencial contribuiu para aumentar a credibilidade e legitimidade das campanhas. Enquanto os movimentos sociais forneciam estrutura e logística, os influenciadores traziam visibilidade e engajamento emocional. Essa combinação reduziu a dispersão de esforços e aumentou a eficiência das ações, garantindo que os recursos chegassem às áreas mais necessitadas de forma coordenada.

Outro aspecto relevante é que a experiência do Rio Grande do Sul evidencia uma nova forma de mobilização social híbrida, na qual plataformas digitais não apenas ampliam o alcance das ações, mas também permitem que o público participe ativamente da organização das campanhas. Cada postagem, compartilhamento ou vídeo de apelo funcionou como um elo na rede de solidariedade, fortalecendo vínculos sociais e incentivando a participação coletiva de maneira rápida e estruturada.

2.4 A força dos influenciadores na emergência no Rio Grande do Sul

Durante o desastre no Rio Grande do Sul, os influenciadores digitais desempenharam papel estratégico na mobilização de recursos, complementando a atuação dos meios tradicionais. Essas ações permitiram que campanhas de arrecadação atingissem milhões de pessoas rapidamente, transformando engajamento digital em resultados concretos e contribuindo para a sua eficácia.

Entre os principais nomes, Letícia Stuchi destacou-se por unir visibilidade online e atuação presencial. Ela coordenou a logística de transporte e entrega de mantimentos, roupas e recursos financeiros, mobilizando milhões de reais em doações e garantindo que os esforços chegassem efetivamente às regiões mais afetadas. A credibilidade e comprometimento de Letícia reforçaram a confiança do público e motivaram outros influenciadores a participarem das campanhas.

Figura 1. Montagem de stories da influenciadora Leticia Stucchi demonstrando suas movimentações em prol do Rio Grande do Sul



Fonte: redes sociais da influenciadora. (2024)

Outro influenciador de grande relevância foi Badin, o Colono, que utilizou seu carisma e identificação cultural para engajar milhares de pessoas. Sua vaquinha online arrecadou mais de R\$60 milhões em poucos dias, envolvendo mais de 200 influenciadores e cerca de 150 empresas parceiras. Essa iniciativa demonstrou como o alcance digital, aliado à capacidade de conectar emocionalmente com o público, pode gerar um grande impacto social.

Figura 2. Post realizado pelo influenciador Badin, o Colono comemorando os R\$10 milhões arrecadados



Fonte: redes sociais do influenciador. (2024)

Felipe Neto também teve uma atuação marcante. Utilizando suas redes sociais, ele lançou uma campanha de arrecadação com o objetivo de levar água potável às regiões afetadas. A campanha arrecadou mais de R\$4,8 milhões, valor utilizado principalmente na compra de 220 purificadores de água, que foram enviados ao estado com apoio da Força Aérea Brasileira. Além disso, ele comprou colchões, mantimentos e água engarrafada, atendendo às necessidades mais urgentes da população desabrigada. Sua atuação destacou-se ainda pela transparência e prestação de contas em tempo real, reforçando a confiança do público na aplicação dos recursos. Felipe também mobilizou atenção nacional para o resgate de um cavalo ilhado durante as enchentes, reforçando o poder de articulação emocional e midiática que os influenciadores exercem.

Figura 3. Post do influenciador Felipe Neto informando sobre o valor arrecadado e quais as medidas a serem tomadas



Fonte: redes sociais do influenciador. (2024)

O conceito de solidariedade digital ajuda a compreender esse fenômeno, em que o engajamento digital se transforma em ações reais e verdadeiras. Cada compartilhamento, live ou vídeo divulgado pelos influenciadores funcionou como um elo na rede de mobilização, fortalecendo vínculos sociais e estimulando a participação coletiva de forma rápida e coordenada. Segundo Castells (2012), as redes digitais criam

novas formas de interação social e permitem a articulação de ações coletivas em larga escala, o que ficou evidente nas campanhas solidárias do Rio Grande do Sul.

A integração entre alcance digital e estrutura organizacional dos movimentos sociais demonstrou a eficácia de uma mobilização híbrida. Enquanto os movimentos forneciam logística, pontos de coleta e distribuição, os influenciadores aumentavam o engajamento, sensibilizavam o público e convertiam atenção em doações concretas. Essa movimentação mostrou que, em situações de emergência, a combinação entre ação presencial e comunicação digital potencializa os resultados.

Em síntese, a atuação de Letícia Stuchi, Badin, Felipe Neto e outros influenciadores evidenciou o poder das redes sociais como ferramenta de ação social. O alcance midiático não apenas ampliou a visibilidade das campanhas, mas também garantiu que os recursos chegassem de forma efetiva às vítimas. O fenômeno reforça que, na atualidade, a solidariedade pode ser fortalecida pelo digital, transformando engajamento virtual em impacto real e imediato.

3 MATERIAL E MÉTODOS

Conforme salientado na introdução, este trabalho tem como objetivo analisar o papel dos influenciadores digitais e dos movimentos sociais na mobilização solidária durante o desastre ocorrido no Rio Grande do Sul em 2024. Para isso, adotou-se como metodologia o estudo de caso, que possibilita compreender de forma aprofundada um fenômeno específico, considerando seu contexto social, comunicacional e cultural.

A pesquisa foi construída a partir de uma abordagem descritiva, fundamentada na análise de conteúdo de publicações, notícias e dados disponíveis em plataformas digitais, como redes sociais e portais de comunicação. Essa metodologia permitiu identificar padrões de comportamento, estratégias de engajamento e impactos sociais gerados pela atuação conjunta entre influenciadores e organizações comunitárias.

O estudo utilizou como universo de observação as campanhas solidárias desenvolvidas por influenciadores do Rio Grande do Sul e de outras regiões do país, com destaque para as ações de Letícia Stuchi, Felipe Neto e Badin, o Colono, que tiveram ampla repercussão e arrecadações expressivas. Foram analisados dados públicos sobre valores obtidos, número de doadores e formas de distribuição das doações, além de postagens e declarações que ilustram a interação entre público e influenciadores.

A coleta de informações foi realizada com base em fontes jornalísticas verificadas, como portais de notícias nacionais (G1, Revista Quem, Folha de São Paulo) e comunicados oficiais das campanhas, garantindo a credibilidade dos dados apresentados. Também foram observadas interações nas redes sociais dos principais influenciadores, a fim de compreender o papel das plataformas digitais na construção da confiança e no fortalecimento das ações de solidariedade.

Dessa forma, o estudo de caso adotado busca compreender não apenas os números e resultados práticos das campanhas, mas também os aspectos comunicacionais e simbólicos que contribuíram para o sucesso das mobilizações. A análise considera o modo como a comunicação digital, associada à ação comunitária, foi capaz de transformar a empatia em ação e de articular redes de apoio em escala nacional.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa reflete a relevância das mídias digitais como ferramentas de mobilização social em contextos de crise. A análise dos casos selecionados permitiu observar de que forma influenciadores digitais e movimentos sociais atuaram articulando recursos, visibilidade e confiança pública para potencializar campanhas solidárias. A partir dos dados coletados, foi possível identificar padrões de engajamento, estratégias comunicacionais e impactos concretos das ações realizadas durante o desastre no Rio Grande do Sul em 2024.

Um dado que chama atenção é o volume de arrecadações obtido pelos influenciadores digitais durante o desastre. A vaquinha organizada por Badin, o Colono, alcançou mais de R\$60 milhões em poucos dias, envolvendo mais de 200 influenciadores e cerca de 150 empresas parceiras. Esse resultado evidencia o impacto direto do alcance digital na mobilização de recursos, confirmando que figuras públicas com credibilidade e proximidade emocional conseguem converter engajamento em doações. A comparação com campanhas tradicionais, conduzidas apenas por movimentos sociais, revela que a colaboração digital ampliou significativamente o alcance e a velocidade das arrecadações.

Outro aspecto relevante é a atuação de Letícia Stuchi, que aliou visibilidade online à coordenação logística presencial. Ela mobilizou aeronaves, transportes e voluntários, garantindo que mantimentos, roupas e recursos chegassem de forma

eficiente às regiões atingidas. Esse caso mostra que o engajamento digital, quando integrado à ação comunitária estruturada, não apenas aumenta a quantidade de recursos arrecadados, mas também garante maior eficiência na distribuição, reforçando o conceito de solidariedade digital.

Também merece destaque a atuação de Felipe Neto, como um agente crucial na captação de recursos para o Rio Grande do Sul. Sua campanha nas redes sociais resultou em uma significativa arrecadação financeira, destinada prioritariamente à compra de equipamentos de purificação de água, além de suprimentos essenciais como colchões e mantimentos. A abordagem transparente e o acompanhamento constante das ações reforçaram a credibilidade do processo, evidenciando o potencial dos influenciadores digitais em transformar engajamento virtual em ações de assistência.

O conjunto dessas ações criou uma rede de apoio em que diferentes públicos foram engajados simultaneamente, demonstrando a força da colaboração digital. Esse resultado corrobora a hipótese de que a união entre o alcance dos influenciadores e os movimentos sociais potencializa o impacto das campanhas de solidariedade.

Ao confrontar esses dados com a literatura, percebe-se que eles confirmam o que Jenkins (2009) descreve sobre a cultura da convergência: plataformas digitais permitem que múltiplos agentes sociais colaborem em um mesmo ecossistema comunicacional. No caso do Rio Grande do Sul, essa aproximação transformou as redes sociais em instrumentos de coordenação de esforços, aumentando a confiabilidade das campanhas e a rapidez na resposta às necessidades emergenciais.

Um aspecto que merece destaque é o papel da comunicação estratégica na articulação das campanhas. A forma como informações claras e confiáveis foram compartilhadas nas redes sociais contribuiu para reduzir a propagação de notícias falsas e direcionar os esforços solidários para ações legítimas. Esse fator é um indicativo de que, em crises, não basta apenas arrecadar recursos: é essencial que a comunicação seja transparente e organizada, garantindo eficiência e credibilidade.

Ao analisar todos os casos estudados, fica evidente que a combinação entre mobilização presencial e engajamento digital foi decisiva para o sucesso das ações solidárias. A interação entre movimentos sociais e influenciadores digitais criou uma rede integrada, capaz de aumentar resultados e atender às demandas de maneira coordenada. A comparação entre campanhas tradicionais e híbridas demonstra que o digital potencializa o alcance, enquanto a ação presencial garante eficácia na execução.

Esses resultados apontam para a necessidade de valorizar estratégias comunicacionais e digitais em situações de crise, integrando diferentes agentes sociais para otimizar a mobilização. Essa análise prepara o caminho para as considerações finais, onde serão discutidas as implicações gerais das campanhas, os aprendizados do caso e recomendações para futuras ações emergenciais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo sobre a atuação de influenciadores digitais e movimentos sociais durante o desastre no Rio Grande do Sul evidencia que a solidariedade contemporânea pode ser potencializada pela integração entre mobilização presencial e engajamento digital. Observou-se que ações coordenadas entre influenciadores e organizações comunitárias geraram resultados concretos, tanto em termos de arrecadação financeira quanto na distribuição eficiente de recursos, demonstrando a eficácia de estratégias híbridas em contextos de crise.

A análise dos casos de Leticia Stuchi, Felipe Neto e Badin, o Colono, mostra que o capital simbólico e a credibilidade dos influenciadores são fundamentais para transformar atenção e engajamento em ações efetivas. A capacidade de mobilizar seguidores, combinar visibilidade digital com logística presencial e envolver outros representantes resultou em campanhas sólidas e de grande alcance, confirmando a relevância do conceito de solidariedade digital.

Além disso, a participação de outros influenciadores, evidencia que a diversidade de vozes nas redes sociais fortalece o impacto das campanhas. A colaboração entre diferentes perfis e públicos ampliou o alcance das ações e gerou uma rede de apoio integrada, mostrando que a multiplicidade de atores é um fator estratégico para a mobilização social eficiente.

Os dados analisados demonstram que o uso estratégico da comunicação digital, aliado à organização e experiência dos movimentos sociais, possibilita respostas rápidas, coordenadas e confiáveis em situações de emergência. Informações claras, verificadas e bem disseminadas ajudaram a reduzir a propagação de notícias falsas e a canalizar os esforços da sociedade para campanhas legítimas, ressaltando o papel da comunicação como ferramenta de gestão de crises.

O estudo também revela que a cultura participativa, destacada por Shirky (2011), é um elemento central na mobilização contemporânea. A interação entre plataformas

digitais, influenciadores, empresas e movimentos sociais cria um ecossistema comunicacional colaborativo, no qual diferentes agentes se unem em torno de objetivos comuns, fortalecendo a ação coletiva e potencializando a solidariedade.

O caso do Rio Grande do Sul mostra que a união entre mobilização presencial e engajamento digital pode transformar solidariedade em impacto real e imediato. As lições aprendidas reforçam a necessidade de integrar comunicação estratégica, ação comunitária e participação digital para otimizar respostas em crises futuras, demonstrando que a colaboração entre múltiplos atores é essencial para enfrentar desafios sociais complexos de forma eficaz.

ABSTRACT (em Inglês)

This paper analyzes social networks and emergency fundraising, focusing on the mobilization for donations during the disaster in Rio Grande do Sul. This approach is necessary to understand how digital platforms contribute in humanitarian crises and how they strengthen solidarity practices. The study uses the case study method, examining campaigns carried out by digital influencers and social movements, highlighting figures such as Leticia Stuchi and Badin, the Colono, as well as other participants who expanded the reach of the actions. The research shows that the joint work between influencers and community organizations enhances fundraising, increases the efficiency of donation distribution, and strengthens social bonds, converting digital engagement into tangible impact. The data indicates that hybrid campaigns, combining in-person and digital mobilization, generate faster and more coordinated responses, promote public trust, and prevent the dispersion of efforts. It is also observed that the diversity of voices and profiles on social media extends the reach of the actions, encouraging collective participation and consolidating a culture of convergence, where different agents collaborate for common goals. Finally, the study highlights that the integration of strategic communication, influencer credibility, and community organization proves to be an effective tool for turning digital solidarity into measurable results, offering valuable lessons for future emergency situations and humanitarian actions.

Keywords: *Social networks, emergency fundraising, digital influencers, donation mobilization, Rio Grande do Sul.*

Agradecimentos

Agradecemos primeiramente às entidades e Orixás, que nos guiaram com luz, força e sabedoria durante toda esta caminhada. Foi sob a proteção e energia que encontramos equilíbrio, coragem e inspiração para seguir firmes até o fim desta jornada.

Com imensa gratidão, reconhecemos o apoio incondicional de nossos pais,

Rosinei Lourenço e Pêrsio Lourenço, Giovana Zati e Edinaldo Rosestolato, por todo amor, incentivo e dedicação. Cada palavra de apoio e gesto de carinho foi essencial para que chegássemos até aqui.

Agradecemos também a todos os familiares que estiveram conosco nessa trajetória, oferecendo força, paciência e compreensão.

Estendemos este agradecimento às nossas entes queridas, Dina Rosestolato e Noeli Lourenço, que, mesmo ausentes fisicamente, permanecem presentes em nossos corações e continuam a nos inspirar com amor e saudade.

Nossa gratidão ao João Gabriel Lourenço e Ariel Almeida, pelo apoio, paciência e carinho em todos os momentos desta caminhada, compartilhando conosco os desafios e conquistas deste processo.

Por fim, expressamos nossa solidariedade às vítimas e familiares das vítimas do desastre, desejando conforto, esperança e reconstrução a todos que foram afetados.

A todos que, de alguma forma, fizeram parte desta jornada, o nosso mais sincero muito obrigado.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. *Influenciadores digitais arrecadam milhões para vítimas de enchentes no Rio Grande do Sul*. 2024. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2024-05/rs-guia-lista-dicas-para-produtores-de-conteudo-em-momentos-de-crise/>>. Acesso em: 30 out. de 2025.

CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

FORÇA AÉREA BRASILEIRA. *Ações de apoio logístico em emergências no Rio Grande do Sul*. 2024. Disponível em: <<https://www.gov.br/portos-e-aeroportos/pt-br/assuntos/noticias/2024/05/brasil-unido-o-peracao-logistica-emergencial-leva-ajuda-para-o-rs/>>. Acesso em: 30 out. de 2025.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

JORNAL ZERO HORA. *Felipe Neto arrecada R\$ 4,8 milhões em campanha e mostra doações para o RS*. 2024. Disponível em:
<<https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/noticia/2024/05/felipe-neto-arrecada-r-48-milhoes-em-campanha-e-mostra-doacoes-para-o-rs-clvy0t7nl00it011hdt0bwgi.html>>. Acesso em: 30 out. de 2025.

JORNAL ZERO HORA. *Campanha promovida por Badin arrecada mais de R\$ 60 milhões para vítimas das enchentes no RS*. 2024. Disponível em:
<<https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/noticia/2024/05/campanha-promovida-por-badin-arrecada-mais-de-r-60-milhoes-para-vitimas-das-enchentes-no-rs-clvyc8vpk00k0152hyjevi6y.html>> Acesso em: 30 out. de 2025.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing*. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

RECUERO, Raquel. *Introdução às redes sociais digitais*. Porto Alegre: Sulina, 2017.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

SHIRKY, Clay. *Here Comes Everybody: How Change Happens When People Come Together*. New York: Penguin, 2009.

RELATÓRIOS DAS CAMPANHAS *publicadas nas plataformas oficiais de arrecadação, como Vakinha, Catarse, ou redes sociais oficiais dos influenciadores*.