



Redes Sociais no Socorro ao Haiti¹

Ricardo BEGHINI²

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar o papel desempenhado pelas redes sociais da internet nos dias seguintes ao tremor de terra que devastou a capital do Haiti. Para tal, utilizamos pesquisa bibliográfica em sites noticiosos, textos e livros que discutem a utilização destas novas mídias. Verificamos que as principais ferramentas da Web 2.0, como a Facebook, o YouTube e o Twitter, contribuíram para mobilizar a comunidade internacional na ajuda humanitária, bem como serviram como instrumentos jornalísticos diante do caos instalado no país caribenho.

PALAVRAS-CHAVE: Haiti; redes sociais; web 2.0; jornalismo.

Introdução

O terremoto que devastou a capital do Haiti, Porto Príncipe, em 12 de janeiro de 2010, trouxe a tona o poder de mobilização das redes sociais. Imediatamente após a catástrofe, cujas primeiras imagens foram captadas por celulares e postadas no site de compartilhamento de vídeos YouTube, foram criados vários perfis no Facebook e no Twitter.

As ferramentas que emergiram com a Web 2.0 foram utilizadas em várias frentes pelos internautas. Enquanto haitianos no exterior buscavam informações sobre familiares na capital do país, organizações de ajuda humanitária, como a *Red Cross International* e a *Save The Children*, formaram uma imensa rede de solidariedade, arrecadando quantidades gigantescas em doativos e dinheiro. .

O uso em larga escala das redes sociais, também empregadas de maneira jornalística, nos dias seguintes ao terremoto em Porto Príncipe evidencia características da Web 2.0 que tornaram possível a mobilização global pela internet. Certamente, a facilidade com que os usuários produzem conteúdos, sem conhecimento técnico, o que seria fundamental no modelo anterior, a Web 1.0, teve grande peso neste fenômeno. Em

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010.

² Aluno especial do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFJF, email: beghini@nextwave.com.br.



Mapping Commercial Web 2.0 Worlds: Towards a New Critical Ontogenesis, os autores descrevem esta simplificação da técnica, que, por outro lado, vem acompanhada de processos, até então, considerados complexos para usuários comuns, que permitem, por exemplo, a disponibilização imediata de textos, imagens, vídeos, entre outros recursos.

The popularity of Web 2.0 spaces such as YouTube, Facebook MySpace, Flickr or Twitter corresponds to the adoption of new techniques to facilitate content production and publishing for users. Tasks that used to require knowledge of HTML, CSS and other publishing Web languages can be done on Web 2.0 spaces through pushing a button or hitting a return key, just like the user-friendly environment of the desktop interface. (LANGLOIS, 2010).

Neste sentido, Henrique Antoun, em *Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída*, afirma o caráter revolucionário das redes sociais em seu nascedouro. Segundo ele, a internet, em sua nova perspectiva, deve ser como o blog, uma plataforma na qual programas tornariam o conhecimento de programação desnecessário.

O atentado de 11 de setembro contra as torres gêmeas faz refluir as manifestações contra as redes de poder do mundo globalizado. Ao mesmo tempo, uma série de novas ferramentas e aplicações povoa a internet. Os blogs se multiplicam e crescem em importância como fonte de informação. As redes *peer-to-peer* se disseminam e a troca de arquivos torna-se incontrolável. A escrita coletiva das wikis se multiplica na esteira do sucesso da enciclopédia online Wikipedia. Inúmeros serviços tornam-se sítios, feitos pela mescla de comandos de outros sítios para criar serviços originais. Inúmeros pequenos aplicativos (*add on*) se adicionam modularmente aos grandes programas, fazendo os aplicativos proliferarem, gerando uma economia própria apelidada de *addonomics*. (AUTOUN, 2008, p. 20).

A discussão sobre ativismo virtual ganhou, após o terremoto em Porto Príncipe, um novo patamar. Raquel Recuero, em *Redes Sociais na Internet*, nos lembra dois momentos recentes em que vídeos, blogs e sites de redes sociais tiveram influência preponderante. Em 2008, na campanha presidencial entre os candidatos Barack Obama e John McCain, nos Estados Unidos, o Twitter foi usado para acompanhar o que os usuários comentavam da campanha. Já o vídeo *Yes, we can*, lançado pelos marketeiros de Obama, fez enorme sucesso no YouTube. “Ao mesmo tempo, durante essa campanha, protagonizou-se um dos maiores índices de comparecimento de todos os tempos nas eleições americanas” (RECUERO, 2009, p.16)

No Brasil, o fenômeno do mega aproveitamento das redes sociais também pode ser percebido em 2008, quando uma série de temporais provocou uma das maiores



catástrofes naturais da história de Santa Catarina. Solidariamente, foram criados blogs, contas no Twitter, mensageiros instantâneos e outros recursos para colocar o país a par dos acontecimentos, mobilizar as pessoas e criar campanhas de apoio ao estado do Sul do Brasil.

Esses fenômenos representam aquilo que está mudando profundamente as formas de organização, identidade, conversação e mobilização social: o advento da Comunicação Mediada pelo Computador. Essa comunicação, mais do que permitir aos indivíduos comunicar-se, amplificou a capacidade de conexão, permitindo que as redes fossem criadas e expressas nesses espaços: as redes sociais mediadas pelo computador. Essas redes foram, assim, as protagonistas de fenômenos como a difusão das informações na campanha de Barack Obama e as mobilizadoras no caso de Santa Catarina. Estas redes conectam não apenas computadores, mas pessoas. (RECUERO, 2009, p.16 e 17).

Força Solidária

Um gigantesco esforço on-line foi travado após a divulgação das primeiras notícias sobre o tremor de terra em Porto Príncipe, que deixou mais de 100 mil mortos e outros milhares de flagelados. As principais ferramentas de redes sociais, o Facebook e o Twitter, convocaram a população global a contribuir com as vítimas da tragédia, levando os internautas a recorrerem a outra plataforma. A ajuda se deu por meio de mensagens de texto de celulares, nos quais os usuários autorizavam o desconto posterior dos valores doados na conta ou nos créditos do telefone móvel.

O resultado superou as expectativas da Cruz Vermelha, que, na sexta-feira, dia 14, cerca de 48 horas após a catástrofe, a entidade havia arrecado US\$ 8 milhões, aproximadamente, 14 milhões de Reais. Por meio de uma reportagem postada no site da rede de notícias CNN, o gerente de mídias sociais da instituição, Wendy Harman, revelou que a quantia representava quase o dobro de tudo o que a Cruz Vermelha arrecadou no ano passado, utilizando a mesma estratégia.

Vários grupos no Facebook relacionados ao Haiti haviam sido criados até quinta-feira. Um dos maiores, Earthquake Haiti, tinha quase 170.000 membros. Muitos usuários do Facebook também estavam mudando seu status atualizações para refletir quando tinha doado para a campanha da Cruz Vermelha, incentivando os amigos a fazerem o mesmo. (GROSS, 2010).

Ainda na quinta-feira, dia seguinte ao desastre natural, mais da metade da ajuda recebida pela Cruz Vermelha tinha sido gerada por meio do esforço on-line. Naquele 13 de janeiro, o Twitter da entidade de ajuda internacional, que havia sido criado em 2007,



durante os incêndios florestais na Califórnia (EUA), ficou entre os dez mais populares do mundo.



O Twitter da Cruz Vermelha ficou entre os dez mais populares

De acordo com a reportagem, muitas celebridades, incluindo o cantor Adam Lambert, o ator Ben Stiller, o ciclista Lance Armstrong e a atriz Lindsay Lohan, usaram o Twitter para pleitear doações para as vítimas do terremoto. Outro exemplo de mobilização, desta vez no Facebook, é o perfil “Venham ajudar o Haiti”, que contava com mais de 600 membros algumas horas após o tremor de terra que atingiu o nível sete na Escala Richter. O grupo suscitou uma onda eufórica de solidariedade, inclusive, com alguns usuários se dispondo a partir imediatamente de maneira voluntária para o país caribenho.

Embora a mobilização na internet tenha dado certo, com participação incisiva de países, artistas e empresas, que anunciaram doações de milhares de dólares, houve quem se aproveitasse para espalhar falsas informações pelas redes sociais. Duas empresas foram afetadas diretamente pelos boatos. Um deles afirmava que a companhia americana UPS se comprometia a enviar de graça ao Haiti qualquer encomenda de até US\$50 (cerca de R\$90). Por outro lado, a rede de mentiras anunciava que American



Airlines havia se oferecido para levar médicos e enfermeiras de qualquer parte do mundo de graça para Porto Príncipe.

Alternativa Jornalística

Além de se mostrarem eficazes no apelo à ajuda humanitária, as redes sociais desempenharam um destacado papel jornalístico no Haiti, onde predominava, após o terremoto, um colapso nos meios de comunicação tradicionais. Reportagem postada no site do jornal Estado de São Paulo destaca que o Twitter havia se transformado em um dos principais mecanismos de informação. “Tanto o Google quanto o site Facebook estão elaborando listas de desaparecidos”.³

A mesma matéria relata o papel do jornalista Pierre Cote, morador da capital haitiana, que, através do programa Skype, repassou informações sobre o terremoto para diversos meios de comunicação de todo o mundo. Pierre também transmitia programas próprios pela rede mundial de computadores.

O portal AdNews postou reportagem sobre a força das redes sociais enquanto instrumentos jornalísticos. O site destacou informações da agência de notícias italiana Ansa. Elas revelavam que o Facebook e o Twitter enfrentaram sobrecarga de conexões nas horas seguintes ao tremor de terra.

Em meio às dificuldades de estrutura do país, o Twitter se transformou na plataforma mais usada pelos habitantes locais, jornalistas e voluntários na tentativa de informar o trágico cenário em que o país se encontra. No microblog, são registradas centenas de mensagens por minuto. Os internautas usam a ferramenta para manter contato com familiares e trocar mensagens por meio de linhas telefônicas com conexão temporária à internet.⁴

O portal lembrou que a imprensa também aproveitou o Twitter como plataforma para receber e transmitir informação. O jornal New York Times, a rede CNN e o jornal O Estado de S. Paulo são alguns dos veículos que criaram um perfil exclusivo para notícias sobre o Haiti.

No blog Trezentos, o artigo postado por Yuri Almeida, destaca que projetos colaborativos virtuais ajudaram na cobertura sobre a tragédia no país do Caribe. Uma

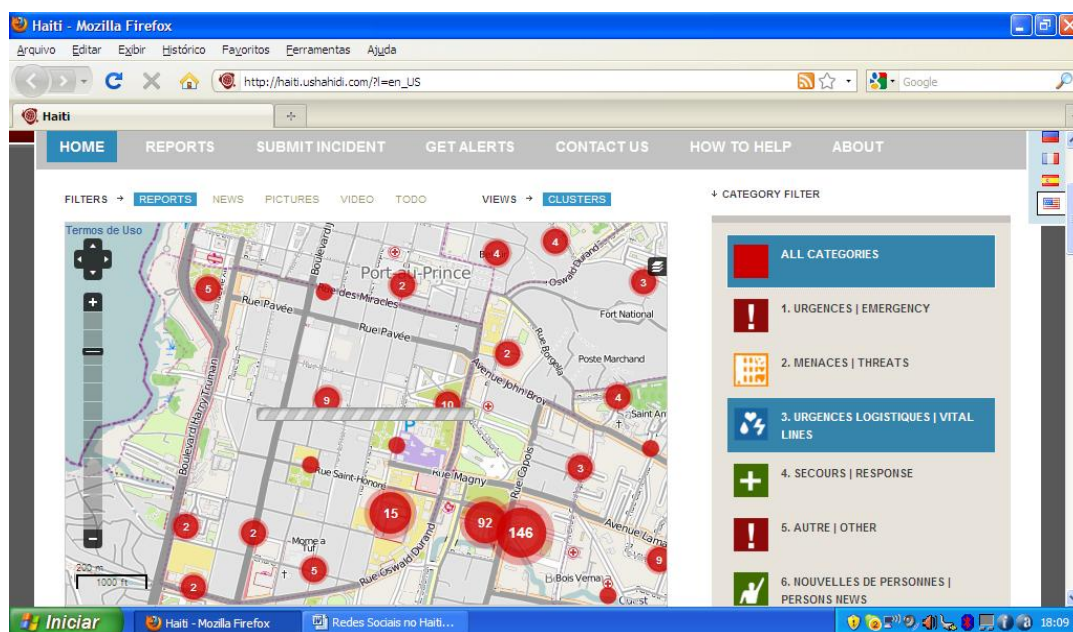
³ Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/internacional,haiti-redes-sociais-da-internet-ajudam-no-socorro,496307,0.htm>.

⁴ Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/internacional,haiti-redes-sociais-da-internet-ajudam-no-socorro,496307,0.htm>.



das ferramentas aproveitadas é o *Ushahidi*, um serviço, de código aberto, que permite que se sobreponham mapas com informações obtidas de diversas fontes. Com os mapas virtuais é possível, entre outras coisas, determinar que regiões precisam de ajuda humanitária, quais áreas não têm acesso a água, ou os locais que foram abalados por tremores secundários.

Através do aplicativo é possível visualizar as áreas de resgate, obter informações sobre pessoas desaparecidas e as emergências que surgem nos locais atingidos. É possível colaborar através de SMS, e-mail, Twitter ou de formulário disponível no haiti.ushahidi.com. Na página é possível também visualizar informações veiculadas nas mídias colaborativas e redes sociais, bem como badges para divulgar a plataforma em sites e blogs. (AGUSTINI, 2010)



Mapas colaborativos da capital Porto Príncipe

Na mesma postagem o autor destaca outro projeto colaborativo utilizado em socorro ao Haiti. O *Looking for loved ones in Haiti*, desenvolvido pelo *iReport*, canal colaborativo da rede de TV CNN, permite *uploads* de imagens e vídeos de parentes, além da comunicação entre familiares que compartilham o mesmo drama. “O *iReport* criou também campo de pesquisa, onde é possível procurar por amigos e parentes e tem dedicado em sua página informações sobre a situação do Haiti.” (ALMEIDA, 2010).

Também no blog Trezentos, o artigo *#haitibr: jornalismo solidário em rede*, de Gabriela Agustini, desvenda o projeto jornalístico Haiti.Org que pretende oferecer um ambiente de análise crítica sobre o futuro do país devastado pelo terremoto, pensar formas de ajudas humanitárias efetivas, não deixando que a situação do povo haitiano



caia no esquecimento após o “boom midiático” subsequente ao trágico acontecimento de 12 de janeiro.

No site e no perfil @haitibr no Twitter, notícias quentes estão sendo divulgadas a todo o tempo sobre o resgate dos corpos, as ajudas internacionais, os mecanismos de doações disponíveis, além de reportagens aprofundadas sobre o caos instaurado por lá e o que isso representa no contexto mundial. O Haiti.Org se propõe ainda a reunir os conteúdos espalhados pela web, tornando-se uma grande e completa referência sobre o assunto na rede. (AGUSTINI, 2010).

Um dos três jornalistas idealizadores do projeto, Rodrigo Savazoni, entrevistado pela autora da postagem, salienta que o objetivo principal é criar um canal permanente de informações e ações sociais e não ser apenas um veículo para a expressão momentânea de uma dor coletiva.



Site do Haiti.Org com notícias permanentes sobre o país

O artigo de Agustini ressalta outra importante proposta do projeto, que é compilar informações divulgadas sobre doações financeiras à reconstrução do Haiti por parte de governos, instituições e pessoas físicas com o intuito de criar um mapa de monitoramento dessas ações. A ideia dos jornalistas de cobrir a situação no Haiti é anterior ao terremoto e estava inicialmente ligada ao acompanhamento dos trabalhos da missão de paz da ONU, liderada pelo Brasil, naquele país.



Conclusões

Não há como negar o potencial revolucionário das redes sociais enquanto instrumento da comunicação em escala global. E o poder mobilizador das mídias sociais ficou ainda mais evidente após o desastre natural no Haiti. Elas estiveram na linha de frente da comunicação no país devastado pela força da natureza. O Twitter, o Facebook, o Ushahidi e outros mecanismos de comunicação coletiva da internet contribuíram para os esforços humanitários e jornalísticos sem precedentes na história mundial. A utilização nobre das redes sociais em favor do país mais pobre das Américas, além de abrir perspectivas de engajamento na vastidão do ciberespaço e revelar seu poder transformador, fez governos, entidades e usuários refletirem sobre suas possibilidades.

Entretanto, o poderio dos sites de redes sociais está longe de ser uma unanimidade. Em *The Digital Given – 10 Web 2.0 Theses* os autores desconfiam desta revolução, assim como tantos internautas que relutam em aderir à sua utilização. “Os sites de redes sociais são vítimas da moda como todas as outras coisas. Eles vem e voltam. A sua migração dentro do espaço são sinais da enculturização do software. Enquanto o Orkut desapareceu nos países do G8 , ainda continua enorme no Brasil” (ROSSITER, 2010).

Em suas críticas, os autores vão além e, no que descrevem como terceira tese, acreditam que, em breve, a Web 2.0 estará obsoleta. “O modelo de negócio ainda ecoa os modelos bobos dos pontos-com dos anos 90: se crescer estagna, o que significa que a empresa falhou e precisa ser fechada.” (ROSSITER, 2010).

Mas os críticos das mídias sociais se esqueceram que o dinamismo delas e seu poder de reinvenção são premissas fundamentais destas ferramentas. Se hoje o site de relacionamentos Facebook está ganhando a preferência dos usuários, é importante destacar que ele foi antecedido por outros instrumentos que tornaram mais sociável o ciberespaço, como o próprio Orkut, por exemplo. Do mesmo modo, os blogs ganham fôlego com o advento de seu irmão caçula, o microblog Twitter. Certamente, outros mecanismos, tendo por base a disposição humana de se relacionar socialmente, vão surgir na internet, suscitando paixões e, principalmente, febre entre os internautas, que provavelmente utilizarão as novas soluções em eventos futuros que demandem grande mobilização global.



Referências

AGUSTINI, Gabriela. **#haitibr: jornalismo solidário em rede**. Disponível em <http://www.trezentos.blog.br/?p=3983>. Acesso em: 28 jan. 2010.

ALMEIDA, Yuri. **Projetos colaborativos auxiliam a cobertura sobre a tragédia no Haiti**. Disponível em <http://www.trezentos.blog.br/?p=3981>. Acesso em: 28 jan. 2010.

ANTOUN, Henrique (org.). **Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

GORZ, André. **O imaterial: conhecimento, valor e capital**. SP: Annablume, 2005.

GROSS, Doug. **Digital fundraising still pushing Haiti relief**. Disponível em <http://www.cnn.com/2010/TECH/01/15/online.donations.haiti/index.html?hpt=T2>. Acesso em: 23 jan. 2010.

HAITI: redes sociais da internet ajudam no socorro. Disponível em <http://www.estadao.com.br/noticias/internacional,haiti-redes-sociais-da-internet-ajudam-no-socorro,496307,0.htm>. Acesso em: 17 jan. 2010.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. SP: Loyola, 1992.

LANGLOIS, Ganaele, et al. **Mapping Commercial Web 2.0 Worlds: Towards a New Critical Ontogenesis**. Disponível em http://journal.fibreculture.org/issue14/issue14_langlois_et_al.html. Acesso em 25 jan 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. *A Inteligência Coletiva: Por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola, 1998.

_____. *O Que é Virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina. 2009.

ROSSITER, Ned, et al. **The Digital Given – 10 Web 2.0 Theses**. Disponível em <http://networkcultures.org/wpmu/geert/2009/06/15/the-digital-given-10-web-20-theses-by-ippolita-geert-lovink-ned-rossiter/>. Acesso em: 29 jan. 2010



TERRANOVA, Tizian. **Free labour: producing culture for the digital economics.**

Disponível em:

<http://www.electronicbookreview.com/thread/technocapitalism/voluntary>. Acesso em:
28 jan. 2010

TERREMOTO no Haiti comprova força das redes sociais. Disponível em

<http://www.adnews.com.br/internet.php?id=98650>. Acesso em: 17 jan. 2010.