

Relações Públicas e Ativismo Digital na Sociedade do Risco: um olhar para as estratégias digitais do TeatroEscola¹

Maria Luiza de Farias Ribeiro ALTMICKS²

Cláudia Regina Dantas ARAGÃO³

Universidade do Estado da Bahia, Salvador, BA

Resumo

Este resumo expandido aborda o papel das Relações Públicas e do ativismo digital na Sociedade do Risco, analisando como organizações do Terceiro Setor utilizam as plataformas digitais para mobilizar e engajar seus públicos. O objetivo geral é investigar o uso do Instagram por organizações sociais voltadas para populações vulneráveis, destacando suas estratégias digitais. A metodologia combina pesquisa bibliográfica e estudo de caso, tendo como objeto de análise o TeatroEscola, uma organização sem fins lucrativos dedicada à formação artística e cultural de jovens negros em Salvador e na região metropolitana. Os resultados indicam que a comunicação digital é essencial para a construção e o fortalecimento da imagem institucional, permitindo maior engajamento do público e promovendo mudanças sociais significativas em um contexto dinâmico e desafiador.

Palavras-chave: relações públicas, ativismo digital, organizações do terceiro setor, plataformas digitais.

Introdução

Em um mundo marcado pela Sociedade do Risco, conceito desenvolvido por Ulrich Beck (2011), a sensação de vulnerabilidade se intensifica diante das incertezas geradas pelas ações humanas em larga escala, como desastres ambientais, crises políticas e pandemias. Esse cenário demanda uma comunicação ágil e eficaz, capaz de mobilizar apoio e promover respostas coletivas diante dos desafios emergentes. Nesse

¹ Trabalho apresentado no Espaço Graduação, atividade integrante do XIX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Estudante de Graduação do Curso de Relações Públicas da Universidade do Estado da Bahia (Uneb), e-mail: maltmicks rp@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora de Graduação do Curso de Relações Públicas da Universidade do Estado da Bahia (Uneb), e-mail: caragao@uneb.br.

contexto, as Relações Públicas desempenham um papel estratégico, contribuindo para a construção e o fortalecimento do relacionamento entre organizações do terceiro Setor e seus diversos públicos, ampliando sua visibilidade e impacto social.

Nas últimas décadas, as plataformas digitais emergiram como instrumentos, fundamentais para a comunicação e mobilização social, permitindo que organizações, sejam elas públicas ou privadas, ampliassem os seus alcances, impactando um número cada vez maior de pessoas. Nesse contexto, as redes sociais digitais têm se mostrado um caminho promissor para o ativismo digital, na medida em que oferecem um ambiente interativo, com baixo custo de manutenção, auxiliando na promoção de mudanças sociais, engajamento dos públicos e fortalecimento de identidades coletivas.

Diante desse cenário, este texto tem como objetivo analisar o uso das redes sociais, especialmente o Instagram, por organizações do Terceiro Setor que atuam junto a populações em situação de risco. Para isso, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, acompanhada de um estudo de caso, cujo objeto analisado foi o projeto TeatroEscola, instituição que oferece formação artística e cultural a jovens negros, estudantes da rede pública, oriundos de bairros periféricos de Salvador e região metropolitana. Entende-se que esse tema possui grande relevância, sobretudo, quando se considera o papel do ambiente digital na ampliação do alcance e impacto de organizações do terceiro setor em contextos de vulnerabilidade.

O ativismo digital e as organizações do terceiro setor

A comunicação digital, caracterizada por sua natureza dialética, que permite, sobretudo, a interação e a troca de papéis entre emissores e receptores da mensagem (Terra, 2011), cria um ambiente dinâmico no qual os indivíduos não apenas consomem informações, mas também produzem e disseminam conteúdo.

Para Vasconcelos Filho e Coutinho (2016):

Alguém que compartilha textos e vídeos em redes sociais afinados com sua ideologia está ao mesmo tempo reunindo em sua timeline um grande fichamento do que precisa sobre aqueles temas como pode estar contribuindo para a formação política de tantos outros que o sigam (Vasconcelo Filho; Coutinho, 2016. p.20).

Posto isso, entende-se que o ativismo digital, ou "ciberativismo", fundamenta-se no uso de ferramentas digitais, a fim de promover mudanças sociais, políticas e culturais.

Moraes (2007, p.2) defende que “A Internet vem dinamizar as lutas das entidades civis a favor da justiça social num mundo que globaliza desigualdades de toda ordem”. O ambiente digital, portanto, se enquadra como um espaço fundamental para a articulação e o fortalecimento das iniciativas do terceiro setor.

O TeatroEscola

Fundado em março de 2017, o TeatroEscola é a primeira instituição de ensino artístico inclusiva e integrada, dedicada à formação de jovens afrodescendentes, com ênfase nos estudos da cultura afro-brasileira e indígena. O projeto, idealizado por Nell Araújo, tem se dedicado há mais de seis anos a oferecer à comunidade de jovens negros, provenientes de bairros periféricos de Salvador e região metropolitana, estudantes da rede pública ou concluintes do ensino médio, uma formação artística e cultural que valorize suas raízes e identidades.

No âmbito da comunicação digital, a organização está presente em algumas plataformas, incluindo Facebook, Instagram, YouTube e seu site oficial. Para esta análise, será enfatizada a atuação do TeatroEscola no Instagram, considerando sua relevância como ferramenta de engajamento, divulgação de iniciativas e fortalecimento da identidade institucional.

Segundo Terra (2009), utilizar canais de comunicação nos quais o próprio usuário é o principal responsável pelo conteúdo pode ser uma fonte de baixo custo e um caminho promissor para as organizações, configurando-se como uma oportunidade para que a instituição consiga estabelecer uma comunicação bilateral com seus públicos, em um processo de interação permanente e contínua.

O TeatroEscola mantém uma presença ativa no Instagram, utilizando a plataforma como um meio de divulgação de suas atividades, eventos e iniciativas culturais. Através de relatos compartilhados, divulgação de oportunidades e conteúdos de natureza informativa, promovendo discussões sobre representatividade, inclusão e valorização da cultura afro-brasileira e indígena, a

organização reforça sua missão educacional, além de se posicionar como um agente de transformação social, mobilizando pessoas de diferentes nichos e realidades.

Em consequência disso, a instituição é capaz de ampliar o seu alcance, mobilizando seguidores para apoiar suas iniciativas e cultivando novos voluntários, alunos e simpatizantes do trabalho feito pela organização. Essa interação também permite que o TeatroEscola se estabeleça como uma referência em debates acerca da valorização das culturas nativas, inclusão e acesso à educação artística, reforçando o seu compromisso com o empoderamento de jovens afrodescendentes e a promoção de um espaço de pertencimento cultural, histórico e social.

No entanto, exercer uma comunicação digital sólida e eficaz exige um estudo constante do ambiente digital, atrelado a um planejamento estratégico, sobretudo diante das constantes transformações que permeiam o ambiente digital, uma vez que, conforme Terra (2009), “esse panorama modifica completamente a maneira de se pensar, praticar e avaliar ações de relações públicas em prol das marcas” (Terra, 2009, p.8). Assim, torna-se fundamental que os profissionais da área se mantenham em constante atualização, assegurando que suas estratégias de comunicação estejam alinhadas às dinâmicas e exigências do mercado atual.

Considerações Finais

As redes sociais digitais são um ambiente dinâmico e estratégico para fortalecer a imagem institucional de organizações e mobilizar pessoas em torno de causas sociais, econômicas e políticas que permeiam o Brasil e o mundo.

As organizações, sejam elas de quaisquer naturezas, também precisaram se reinventar e estabelecer critérios e estratégias para permanecer atuantes e manter uma boa imagem institucional diante dessa nova realidade. A partir deste estudo, observou-se que as redes sociais digitais, quando utilizadas de maneira estratégica, podem ser recursos poderosos para a mobilização e o engajamento de públicos diante de causas sociais.

Diante dessa nova realidade, as organizações precisaram se reinventar, adotando estratégias eficazes para manter sua relevância. Este estudo evidenciou que, quando utilizadas estrategicamente, as redes sociais podem ser ferramentas

poderosas na mobilização de públicos e na ampliação do impacto social. A análise do uso do Instagram pelo TeatroEscola demonstrou o potencial dessas plataformas para romper barreiras geográficas e fortalecer redes de apoio.

Deste modo, o ativismo digital, inerente a atuação das organizações do terceiro setor no ambiente digital, se configura como um ato de resistência, constituindo uma nova revolução na forma de mobilizar, engajar e transformar a sociedade. Para isso, cabe às instituições atuarem dentro das plataformas digitais de maneira estratégica, promovendo espaços de diálogo e incentivando a participação ativa dos cidadãos diante das lutas sociais, políticas e econômicas, visando a construção de uma esfera pública mais inclusiva e democrática.

No entanto, os desafios são constantes. A rápida evolução das plataformas digitais e das dinâmicas sociais exige flexibilidade, adaptação e uma análise contínua das estratégias adotadas para garantir um impacto efetivo no ambiente digital.

Referências

BECK, Ulrich. **Sociedade de Risco**: Rumo a uma outra modernidade. 2. Ed. São Paulo: 34, 2011.

MORAES, Denis. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, v. 9, n. 2, 2007.

TERRA, Carolina Frazon. A comunicação organizacional em tempos de redes sociais online e de usuários-mídia. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2009.

TERRA, Carolina Frazon. Relações públicas na era dos megafones digitais. **Relações públicas estratégicas**: técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo: Summus, 2011.

VASCONCELOS FILHO, J. M. D.; COUTINHO, S. **O ativismo digital brasileiro**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2016.