

Empreendedorismo social: Ferramentas de Comunicação, Causas Sociais e Monetização

Lanna Moraes da Silva¹; Maria Rita de Souza Gabriel França²; Vicente Carvalho da Silveira³

¹Estudante, Instituto Federal Fluminense Campus Itaperuna

²Estudante, Instituto Federal Fluminense Campus Itaperuna

³Professor, Instituto Federal Fluminense Campus Itaperuna

*lanna.moraes@icloud.com

Resumo

Na era da informação, ferramentas como sites e redes sociais, são parte intrínseca do dia-a-dia das pessoas, principalmente de quem as utiliza como forma de trabalho ou mobilização social. No âmbito das redes sociais, os Influenciadores Digitais são os que mais se destacam. O influenciador pode ser de várias áreas, interesses ou movimentos, gerando os mais diversos tipos de conteúdos, podendo promover até mesmo visibilidade para causas sociais, raciais e étnicas. A promoção de causas étnico-raciais desempenha um papel crucial na divulgação da igualdade, justiça e respeito à diversidade, além de catalisar mudanças positivas para a sociedade. Este trabalho tem como foco central a pesquisa sobre o uso das ferramentas de comunicação, principalmente do meio virtual, para além da divulgação de causas étnico-raciais. Utilizando como base para a pesquisa dados e informações disponíveis na Internet, apresentamos também experiência de influenciadores do meio, como Kauri Waiãpi do povo Waiãpi. Ele é um Influenciador Indígena, que ao perceber como as redes sociais poderiam ser um meio de comunicação para falar sobre seus costumes e sua aldeia, investiu nessa área e relatou como a Internet também se tornou sua fonte de renda, e assim se efetivando como empreendedor, onde ganha por divulgar/compartilhar experiências como pessoa racializada. A partir da análise e pesquisa, percebe-se resultados na área de empreendedorismo, utilizando-se as ferramentas de comunicação para fins monetários além de fins sociais. Dessa forma se torna vantajoso o uso desses recursos, tanto para impacto social quanto para subsistência a partir da monetização das redes.

Palavras-Chave: Comunicação. Monetização. Social.

Instituição de fomento: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Itaperuna.