



Segundo o Jornal da Usp (2024), em dez dias choveu cerca de um quarto do esperado para um ano no Estado do RS. Entre 24 de abril e 4 de maio foram 420 mm de chuva, onde a média do estado é de 1500 anuais. Com isso, foram 336 municípios afetados que se encontraram em estado de calamidade. Segundo atualizações do site Poder 360 (2024), até 30 de maio de 2024 que foi sua última atualização, contava com 44 desaparecidos, 806 feridos e ao todo sendo 620 mil pessoas fora de casa.

A catástrofe foi tão grande que fez com que pessoas do Brasil inteiro se mobilizassem com a causa e começassem a ajudar, e para que essa ajuda chegasse na maior quantidade de pessoas, famosos e influencers foram ajudando nas divulgações e arrecadações para destinarem ao RS. Entre eles havia grandes nomes como: Gisele Bündchen, Whindersson Nunes, Gustavo Lima, Neymar, Luísa Sonza, Bárbara Labres. Além de influencers como Badin, Leticia Stuchi, o ex BBB Matteus Amaral entre outros tantos que abraçaram essa causa. Através de suas redes sociais e outras plataformas de comunicação, eles compartilharam informações sobre a situação atual, incentivando doações e oferecendo apoio às comunidades atingidas. Segundo o site da Unicamp (2019) “hoje as redes sociais digitais on-line colapsaram as barreiras de tempo e espaço, podendo teoricamente abranger um número ilimitado de “amigos”, seguidores ou relacionamentos”. (figura 1).

Figura 1: Gisele Bündchen pedindo ajuda ao RS através de suas redes.



Fonte: Instagram Gisele Bündchen

https://www.instagram.com/reel/C6uN_Qxusvw/?igsh=a3FqZjVuMXI2M2k2



Além disso, incentivaram também para doação de alimentos, orientaram sobre pontos de coleta e vaquinhas online, nas quais o dinheiro foi todo destinado às famílias atingidas (figura 2).

Figura 2: Bárbara Labres com arrecadações para o RS.



Fonte: Instagram Bárbara Labres

(<https://www.instagram.com/p/C6qpcvCOeae/?igsh=djQydmVscGVpN282>)

Apesar das críticas por serem figuras públicas, fizeram questão de mostrar tudo em suas redes, pois desta forma conseguiram incentivar pessoas de todos os lugares a ajudar.

Figura 3: Postagens sobre como ajudar o RSc feitos pela cantora Luisa Sonza



Fonte: Instagram Luisa Sonza

(<https://www.instagram.com/p/C6jE5q5uQik/?igsh=Ym5hdW9sMTVkbWOx>)



O alcance das mídias e jornais também mobilizou pessoas de outros países, entre elas estão Louis Tomlinson, Beyoncé, a banda Guns N' Rose, Vincent Martella, entre outros.

O marketing pessoal como um conjunto de ações voltadas para a pessoa e com resultados que consideram alguns aspectos, como: a imagem que transmite; a higiene pessoal; o seu conteúdo (competências, habilidades, caráter); credibilidade e comunicação. Entretanto, vale ressaltar que o marketing pessoal não é somente divulgar uma melhor imagem de nós mesmos. (MELO, 2014, p. 29).

Diante da magnitude da tragédia climática, a mobilização gerada por famosos e *influencers*, aliada à publicidade, desempenhou um papel crucial na conscientização pública e na arrecadação de recursos para o auxílio das vítimas. A presença dessas personalidades encorajou e amplificou a mensagem de solidariedade e incentivou a participação ativa da população em geral. Segundo Melo (2014), quando você projeta a sua marca pessoal, e torna-se um “produto ou serviço”, está fazendo marketing pessoal, o que transforma as suas qualidades em oportunidades. O autor destaca ainda que o marketing pessoal não se trata apenas de promover uma imagem superficial de sucesso ou de popularidade. Trata-se de cultivar uma presença autêntica e significativa no mundo.

O alcance das redes sociais e outros canais de comunicação, permitiu que as informações sobre as necessidades das pessoas atingidas fossem disseminadas rapidamente, chegando a pessoas de todo o Brasil, e fora dele também. Desta forma a utilização do marketing pessoal por parte dos famosos e *influencers* foi eficaz na geração de engajamento e mobilização das comunidades. Porém somente o marketing pessoal não é suficiente por si só para resolver os problemas enfrentados pelas comunidades afetadas. Embora a visibilidade e apoio por parte dos famosos e *influencers* sejam valiosos, é necessário também um esforço conjunto de toda sociedade, incluindo instituições governamentais e não governamentais, população local entre outras, para conseguir uma resposta eficaz e sustentável à crise.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste resumo expandido, examina-se como o marketing pessoal e a publicidade foram utilizados para amplificar a mensagem de solidariedade, mobilizar recursos e inspirar ação em prol das comunidades que foram devastadas pela catástrofe ambiental. A presença marcante de figuras públicas nas redes sociais e mídia aliadas a estratégias publicitárias, desempenhou um papel importantíssimo na conscientização pública e na



arrecadação de doações, demonstrando a influência positiva e o grande alcance dessas figuras na sociedade.

É importante ressaltar que a ajuda a essas vítimas não se resume apenas à atuação desses indivíduos famosos e campanhas publicitárias. O esforço das pessoas, do governo e das organizações não governamentais e voluntários, também foi essencial. Conforme este resumo expandido chega ao fim, o desejo de que as lições aprendidas com a mobilização em prol ao Rio Grande do Sul sirvam de inspiração para ações futuras. Que os laços de empatia sejam fortalecidos e que possamos trabalhar juntos para construir um mundo mais solidário.

Palavras-chave: Tragédia RS, solidariedade, marketing pessoal, publicidade, famosos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHUVAS no Rio Grande do Sul devastam o Estado, provocando mortes e o deslocamento de populações. **Jornal da USP**, São Paulo, 06 de maio de 2024. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/chuvas-no-rio-grande-do-sul-devastam-o-estado-provocando-mortes-e-o-deslocamento-de-populacoes/> Acesso em: 01 de ago. de 2024.

MELO, Paulo Marcio da Silva. **Marketing pessoal e empregabilidade do planejamento de carreira ao networking**. São Paulo: Érica, 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

NÚMERO de mortes causadas pelas chuvas no RS sobe para 169. **Poder360**, Brasília, DF, 26 de maio de 2024. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/brasil/numero-de-mortes-causadas-pelas-chuvas-no-rs-sobe-para-169/#:~:text=O%20Rio%20Grande%20do%20Sul,e%20mais%20806%20pessoas%20feridas.> Acesso em: 01 de ago. de 2024.

GOMES, Cesar Augusto. Mariana, imprensa e as redes sociais digitais. **Jornal da Unicamp**, Campinas, 09 de maio de 2024. Disponível em: <https://unicamp.br/unicamp/ju/noticias/2019/05/09/mariana-imprensa-e-redes-sociais-digitais/#:~:text=Hoje%2C%20as%20redes%20sociais%20digitais,tecnologias%20de%20comunicação%20e%20informação.> Acesso em: 01 de ago. de 2024.