

MARKETING VERDE E TERCEIRO SETOR: ANÁLISE COMPARATIVA DA COMUNICAÇÃO DE ONGs AMBIENTAIS BRASILEIRAS NO MEIO VIRTUAL

Alana Nozella¹; Nirave Reigota Caram²

¹Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas – Universidade do Sagrado Coração. E-mail: alananozella@hotmail.com

²Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas – Universidade do Sagrado Coração. E-mail: nirave.caram@usc.br

Tipo de pesquisa: Iniciação Científica sem bolsa

Agência de fomento: Não há

Área do conhecimento: Comunicação – Publicidade e Propaganda

O marketing verde atualmente é uma estratégia de posicionamento utilizada pelas empresas para conscientizar o mercado acerca da responsabilidade ambiental e um consumo mais consciente. No terceiro setor, mais especificamente em ONGs ambientais, a aplicação do conceito do marketing verde torna-se fundamental para a propagação das ideias de sustentabilidade defendidas por elas e para a conquista de novos adeptos e parceiros de seu trabalho. Atualmente, a internet, é uma aliada nesta missão, possibilitando a propagação de ideias em nível global. Assim, esta pesquisa objetiva ampliar os estudos do tema na área de comunicação e publicidade, focando no meio virtual. Por meio de levantamento bibliográfico, os temas centrais desta discussão foram investigados e, em seguida, foi realizada uma pesquisa qualitativa por meio de monitoramento e análise de conteúdo de ações de comunicação e campanhas publicitárias realizadas por três ONGs ambientais brasileiras: Greenpeace Brasil, SOS Mata Atlântica e Instituto Akatu, no seu canal de comunicação digital: *Facebook*. Concluiu-se que o terceiro setor propaga suas ideias verdes no meio digital, visando o engajamento dos receptores e, uma mudança de atitude da população.

Palavras-chave: Comunicação. Marketing Verde. Marketing Digital. Organizações Sem Fins Lucrativos. Terceiro Setor.