

A COMUNICAÇÃO DE ONGs DE PROTEÇÃO ANIMAL NAS MÍDIAS SOCIAIS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO

Luana Iamaguti Fontes¹. Nirave Reigota Caram²

¹ Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas – Universidade do Sagrado Coração
luanaiamaguti@hotmail.com

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

Tipo de pesquisa: Iniciação Científica Voluntária

Agência de fomento: Não há

Área do conhecimento: Comunicação – Publicidade e Propaganda

As atividades de comunicação e marketing quando aplicadas às causas sociais e ambientais são trabalhadas de forma que possam transmitir uma informação, atribuir um valor e influenciar o comportamento do público-alvo e toda a sociedade, de forma que resultem em mudanças de atitude e supram deficiências governamentais. Atualmente, as mídias sociais se tornaram uma importante fonte de informação da população, tornando-se fundamentais em qualquer planejamento de mídia. As ONGs de Proteção Animal, objeto desta investigação, aparecem de forma crescente nestas mídias, seja por meio de suas páginas oficiais ou por grupos de indivíduos militantes da causa. Assim, essa pesquisa tem como objetivo, levantar a comunicação realizada nas mídias sociais por ONGs de Proteção Animal, verificando os argumentos utilizados pelos emissores da mensagem e a repercussão causada em seus seguidores, de forma a direcionar para uma reflexão da comunicação de organizações pertencentes ao Terceiro Setor. O estudo foi realizado de forma qualitativa, pela análise do conteúdo das postagens realizadas pelas ONGs: AMPARA Animal e *World Animal Protection*, nas mídias sociais *Facebook* e *Instagram*. Concluiu-se, que ambas as ONGs de Proteção Animal possuem presença nas mídias sociais, tendo a Ampara Animal com maior número de publicações por mês, maior quantidade de conteúdos publicados e a presença de ambas as aplicações do marketing: o marketing verde e social nas postagens, bem como outras categorias analisadas ao longo desta monografia.

Palavras-chave: Comunicação no Terceiro Setor. Marketing. Mídias Sociais. Organizações Sem Fins Lucrativos. Proteção Animal.