

A PUBLICIDADE EM PROL DAS CAUSAS SOCIAIS: UMA ANÁLISE DO CONTEÚDO PUBLICITÁRIO DA ACTIONAID

Rafael Paes Teodoro¹; Daniela Pereira Bochembuzo².

¹Centro de Ciências Sociais Aplicadas – Centro Universitário Sagrado Coração
rafaelpaesteodoro@gmail.com; daniela.bochembuzo@unisagrado.edu.br

Tipo de pesquisa: Iniciação Científica Voluntária - PIVIC
Área do conhecimento: Ciências Sociais – Publicidade e Propaganda

Marcas governamentais, comerciais, institucionais e organizações não governamentais, com o intuito de serem lembradas, têm investido cada vez mais em publicidade e propaganda. As Organizações Não Governamentais, instituições historicamente presentes no Brasil desde a década de 1970, integram esse contexto. Entre elas nota-se a ActionAid, ONG atuante nas pautas de educação, agroecologia, clima, igualdade de gênero e participação na democracia e que faz uso de conteúdo publicitário para propagar suas ações e valores. Apesar de a Publicidade e Propaganda ser uma área da Comunicação em que se emprega técnicas a fim de tornar algo público e da percepção das demandas do terceiro setor por visibilidade para angariar apoio, há poucos estudos acadêmicos sobre sua aplicabilidade em prol de causas sociais. Em razão disso e por considerar a missão do Centro Universitário do Sagrado Coração, este estudo, constituído como uma Iniciação Científica voluntária, se propõe a estudar a inter-relação entre publicidade e causas sociais, tendo como objeto as campanhas publicitárias desenvolvidas pela ActionAid e veiculadas no YouTube, a partir de percurso metodológico de natureza qualitativa, composto pelos métodos de pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e análise de conteúdo. Por intermédio desta pesquisa, é possível entender com mais clareza a produção de material publicitário relacionado a Organizações Não Governamentais, percebendo os temas norteadores e as técnicas de produção empregadas, cuja síntese poderá auxiliar outras organizações do mesmo setor que desejem fazer uso da publicidade.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Divulgação. Publicidade e Propaganda. Produção publicitária. Responsabilidade Social.