



XX MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
XII SALÃO DE EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
3 A 6 DE OUTUBRO DE 2022



A UTILIZAÇÃO DO HUMOR ESCRACHADO COMO ESTRATÉGIA DE RELACIONAMENTO E COMUNICAÇÃO DO CEMITÉRIO JARDIM DA RESSURREIÇÃO (PI): SUA CONTRIBUIÇÃO EM 20211

Área temática: Relações Públicas

Forma de apresentação: Oral

Resultado do trabalho: Final

Gabriela Rosa Silva¹²; Andréia Silveira Athaydes¹³

RESUMO:

Serviços funerários são aqueles que a maioria das pessoas torce para nunca precisar, no entanto, todos têm algum tipo de contato em determinado momento da vida. Por se tratar de um assunto tabu, as pessoas ainda têm medo de frequentar qualquer lugar fúnebre, contudo, trata-se de um serviço que todos necessitam, pois a morte é inevitável. Logo, o ramo de cemitérios também precisa se preocupar com a humanização do relacionamento com o seu público e a comunicação é a ferramenta que pode colaborar na mudança de cultura. O Cemitério Jardim da Ressurreição (CJR), localizado em Teresina, no Piauí, acreditou que uma página no Facebook, com postagens relacionadas ao humor escrachado, pudesse ter boa interação com seus futuros clientes. A pesquisa apresentada neste artigo tem o objetivo de avaliar se a estratégia de humor utilizada é adequada para o seu público-alvo. De caráter qualitativo, com procedimentos bibliográficos e documentais, valendo-se da entrevista como instrumento de coleta de dados, conclui-se que a estratégia de humor utilizada pelo CJR pode ser considerada adequada, necessitando o aprofundamento desse estudo no que diz respeito à análise do perfil de público desta empresa.

Palavras-Chaves: Comunicação Estratégica. Humor. Morte.

Referências:

ATHAYDES, Andréia Silveira. Relaciones públicas en brasil y en españa: estudio comparativo entre los campos profesional y académico (1960-2014). 673 p. Tese de Doutorado em Regime de Co-Tutela com a Universidade de São Paulo. Brasil. Universidade de Málaga, Málaga. 2015.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2019.

CORTE, Marina Matias. O humor e o bom humor como estratégia de fidelização: Uma análise de fanpages no Facebook. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso. Especialização em Marketing Estratégico. MBA. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handl>

¹² Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. gabriela.rosa@edenred.com

¹³ Orientadora. Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. athaydes@faccat.br