

A TEORIA DOS USOS E GRATIFICAÇÕES NAS ENTIDADES DO TERCEIRO SETOR NO BRASILMárcio Macedo¹**Resumo**

O artigo apresenta um estudo sobre a teoria dos usos e gratificações, utilizando como objeto de estudo dois sites de organizações não governamentais, atuantes no Brasil. O trabalho consiste de análise dos sites do Instituto Ethos de Responsabilidade Social e da Rede de Informação para o Terceiro Setor. Percebe-se que a busca dos sites ocorre principalmente pelas facilidades e pelos conteúdos que oferecem às instituições do chamado Terceiro Setor.

Palavras-chave

Usos e gratificações; terceiro setor; comunicação

Summary

The article presents a study on the theory of the uses and gratuities between expectators and medias, using as study objects two sites of not governmental, operating organizations in Brazil. The work consists of analysis of the sites of the Institute Ethos de Social Responsabilidade and of the Net of Information for the Third Sector. One perceives that the search of the sites occurs mainly for the easinesses and the contents in the referring sites to the Third Sector.

Keywords.

Uses and gratuities; third sector; communication

A informação possui hoje caráter bastante transitório, e está em pleno processo de adaptação, mudança, recomposição e atualização e mais ainda: multiplicada, difundida e armazenada ao sabor de toda espécie de interesses ou de motivações. Nas últimas duas décadas do século passado e nestes primeiros anos do século XXI um desses interesses que ganhou corpo e passou a utilizar os espaços midiáticos para sua divulgação foi o Terceiro Setor.

O termo Terceiro Setor surgiu no início dos anos 1970, nos EUA, para identificar um setor da sociedade no qual atuam organizações sem fins lucrativos, voltadas para a produção ou distribuição de bens e serviços de interesse público.

Segundo Falconer (1999:34), Terceiro Setor, entre todas as expressões em uso, é o termo que vem encontrando maior aceitação para designar o conjunto de iniciativas

