

COMO UM BANCO LOCAL APRESENTA SUAS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EM SUAS PROPAGANDAS INSTITUCIONAIS NO YOUTUBE?

RAÍSSA DA SILVA QUEIROZ; SAMUEL AZEVEDO SERRA; ZILIANNA FARRA-
PEIRA DE LACERDA¹

Resumo

A presente proposta faz parte de uma das etapas da pesquisa “Representações da responsabilidade social junto a comunidades: um estudo da recepção da comunicação institucional nas organizações” coordenada pela profa. Dra. Luíza Mônica Assis Silva e financiada pela FAP-DF (Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal). Apoiamos nossas reflexões nos pressupostos da Teoria das Representações Sociais e da Comunicação Organizacional Integrada. Nosso objetivo foi examinar como o banco local se apresenta em sua comunicação institucional em vídeo e se nestas mensagens difunde suas ações/políticas de responsabilidade socioambiental para seus públicos de interesse. Além disso, buscamos examinar quais ênfases e recortes a instituição financeira transmite neste tipo de mensagem por meio de possíveis representações de responsabilidade socioambiental. Foram identificados 53 vídeos disponíveis até agosto de 2016. Destes apenas três apresentavam conteúdos relacionados diretamente a questões socioambientais e de sustentabilidade. Os vídeos foram analisados por meio de análise de conteúdo categorial temática. Os resultados iniciais indicam que há uma escassez de divulgação destas práticas, feitas em um formato pouco atrativo e com baixa qualidade técnica divulgados em programas patrocinados e independentes da TV aberta. Com base nestas premissas pode-se inferir que as representações sobre responsabilidade social do banco que estão sendo disseminadas em sua comunicação institucional ainda são bastante incipientes.

Palavras-chave: Propaganda Institucional; Responsabilidade Socioambiental; Comunicação Organizacional.