

GREENWASHING NO CENÁRIO PUBLICITÁRIO BRASILEIRO:

Uma análise sistemática da literatura entre 1995 e 2020

Giovanna Borsarini Ferreira

giovanna.ferreira1@uscsonline.com.br

Silvio. A. Minciotti

silvio.minciotti@online.uscs.edu.br

Palavras-chave: *Greenwashing*. Pesquisa Bibliométrica. Marketing. Maquiagem Verde.

1. INTRODUÇÃO

Pela progressiva ênfase da preocupação ambiental dos consumidores, cada vez mais, apelos ambientais podem ser vistos em campanhas publicitárias e embalagens de produtos.

Porém, para ganhar espaço de mercado e atingir novos públicos, algumas empresas usam um discurso sustentável de forma falaciosa, tanto pela ocultação de informações e divulgação de características irrelevantes, quanto pela mentira direta explícita sobre os apelos verdes. A essa prática se dá o nome de *Greenwashing*, conhecida em português como "Maquiagem Verde" (CAMPOS E COSTA, 2017; TAVARES E FERREIRA, 2012).

A prática de *Greenwashing* confunde o consumidor, podendo conduzi-lo a conclusões equivocadas através de apelos falaciosos. Assim, por esse motivo, se faz necessário entender quais são as principais características que permitem percebê-lo nas abordagens publicitárias, possibilitando aos consumidores entenderem e repudiar essa prática enganosa.

1.1 Pergunta Problema e Objetivos

Essa pesquisa tem como pergunta problema: "O que foi publicado acerca do tema *Greenwashing* no âmbito acadêmico, no período entre 2016 e 2020?".

Seu objetivo é relacionar e analisar o que está sendo produzido na academia até o ano de 2020, acerca do tema *Greenwashing*, atualizando a pesquisa bibliométrica anterior, realizada por Andreoli, Crespo e Minciotti (2017), dando assim um escopo geral do contexto atual do tema, sendo possível identificar e analisar as características dessa prática.

1.2 Justificativa

Este estudo justifica-se por abordar um tema ainda pouco debatido pela Academia, pautando as consequências negativas geradas à sociedade por tal prática que incentiva um consumo através de apelos não verdadeiros, falaciosos ou exagerados. A partir daí, poderão ser desenvolvidos estudos e propostas para conscientizar os consumidores e combater essa prática nefasta aos consumidores em particular e à sociedade em geral.

2. METODOLOGIA

Esse trabalho levantou dados de trabalhos publicados a partir de maio de 2016 até dezembro de 2020 e combinou-os com os dados expostos na pesquisa realizada por Andreoli, Crespo, e Minciotti (2017), composta de estudos entre 1995 até maio de 2016. Dessa forma, este trabalho cobriu todo o período, desde a primeira publicação acadêmica sobre o tema *greenwashing*, até 2020. Também foram realizadas buscas a partir da mesma coletânea de palavras-chave da pesquisa anterior, sendo elas: "*Greenwashing*", "*greenwash*", "*green washing*", "*green wash*", "lavagem verde", "propaganda falsa verde" e "maquiagem verde".

Foram filtrados trabalhos a partir de maio de 2016 até dezembro de 2020, nos anais dos eventos do Seminários de Administração (Semead), Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnAnpad) e Encontro de Marketing da ANPAD (EMA), além das plataformas Sciello, Spell, Proquest, Web of Science, Scopus e no portal de periódicos da Capes. Para prosseguir com a análise de relevância, os artigos encontrados foram passados por uma análise da classificação de seus estratos Qualis através da plataforma Sucupira, utilizando a listagem de 2016.

Por fim, para também identificar como o tema está sendo abordado na área da Comunicação, também foi feita uma busca nas publicações da Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (Intercom), nas edições entre 2003 e 2020.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta análise está dividida em duas partes, sendo a primeira focada em expor números gerais da busca entre 2016-2020, e a segunda focada em comparar qualitativamente os

resultados obtidos no período atual, com os expostos na pesquisa de Andreoli, Crespo e Minciotti (2017).

3.1 Busca Geral dos Artigos entre 2016-2020

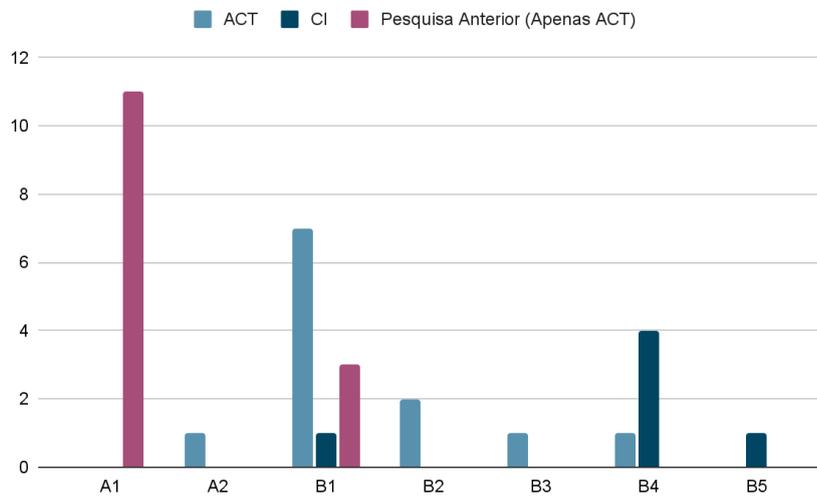
Seguindo a busca nos bancos de dados e palavras-chave explicitados na metodologia, foram encontrados 129 artigos publicados a partir de maio de 2016 até dezembro de 2020. Para a análise foram apenas considerados artigos em periódicos avaliados pelo Qualis. Além disso, casos de duplicidade (79), fuga do tema (14), artigos que continham apenas o resumo (1) ou não descreviam método (1), foram desconsiderados, resultando enfim em 29 artigos para análise, os quais foram divididos em quatro diferentes grupos, sendo eles: os artigos que apenas citam o tema (8), os que analisam superficialmente (1), os que o usam como plano de fundo para o estudo (4) e os que realmente desenvolvem o tema (16), mantendo a mesma classificação utilizada no estudo de Andreoli, Crespo e Minciotti (2017).

Para esta análise, levou-se em consideração apenas os 16 artigos qualificados como “Realmente Desenvolvem o Tema”.

3.2 Análise Comparativa entre as buscas de 1995-2015 e 2016-2020

Nos dados da pesquisa atual, os artigos foram mais presentes no estrato B1 (7) para a área de ACT – Administração, Contabilidade e Turismo e em B4 (4) para a área de CI – Comunicação e Informação. Em comparação, os resultados da pesquisa de Andreoli, Crespo e Minciotti (2017) constataram maior concentração do tema no estrato A1 e B1. É importante ressaltar que a pesquisa anterior apenas realizou a análise para a área de ACT. É possível ler esses dados como uma provável queda na qualidade da abordagem do tema ou, então, como uma diminuição do interesse dos periódicos pelo tema.

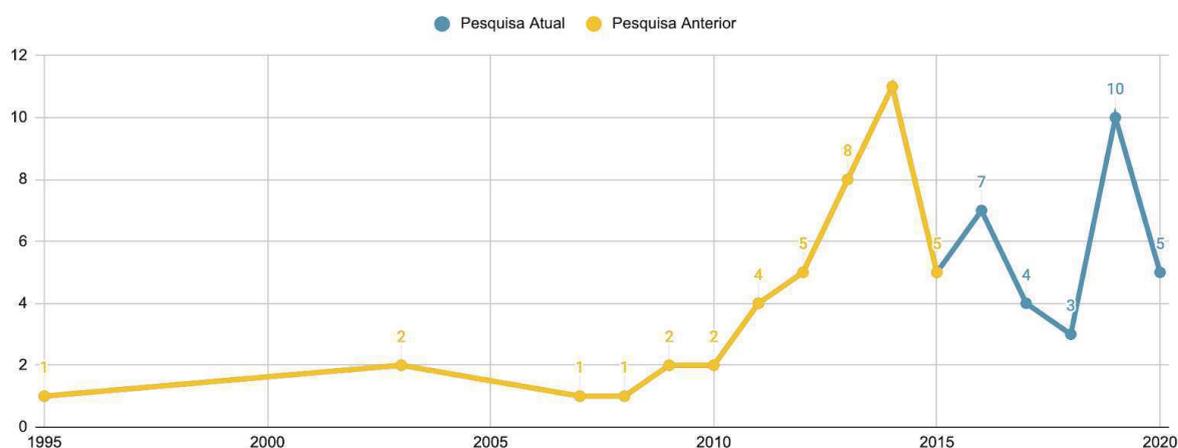
Figura 1. Comparação de Resultado de Extratos de Qualis nos Artigos que Desenvolvem o Tema entre 1995-2015 e 2016-2020, considerando classificação Qualis referente ao período 2013/2016



Fonte: Desenvolvido pelos autores

Prosseguindo para uma análise temporal, entende-se que as publicações que abordam o tema *greenwashing* com profundidade são ainda irregulares e incipientes, porém, pela natureza do tema que deve ser estudado para que se possa combater e neutralizar a prática, seguindo um caminho contrário ao comum da academia, a tendência das pesquisas sobre o *greenwashing* é diminuir, a médio e longo prazo. Por isso, enquanto uma queda na quantidade de publicações sobre *Greenwashing* não necessariamente representa um ponto negativo, deve-se analisar se esta redução, de fato, está compatível com a evolução do perfil dos estudos.

Figura 2. Relação de Publicações pelos anos nos Artigos que Desenvolvem o Tema entre 1995-2015 e 2016-2020



Fonte: Desenvolvido pelos autores

Levando em conta os objetivos, pode-se classificar as pesquisas analisadas em três grupos:

Tabela 1. Relação de Pesquisas por Objetivo

Grupo	Objetivo	1995-2015	2016-2020
01	Entender a forma que o <i>Greenwashing</i> se relaciona com o comportamento do consumidor	7	11
02	Identificar o <i>Greenwashing</i> em peças selecionadas	6	3
03	Realizar pesquisas bibliométricas para mensurar o que já foi escrito pela academia sobre o assunto	n/a	2

Fonte: Desenvolvido pelos autores

Tomando o crescimento do interesse na quantidade de trabalhos do primeiro grupo de pesquisa - que visa entender a forma que o *Greenwashing* se relaciona com o comportamento do consumidor - em conjunto com a queda pela metade do segundo grupo - que visa identificar o *Greenwashing* em peças selecionadas -, vê-se um possível avanço quanto à abordagem do tema, visto que o mesmo deixou de ter foco identificador sobre o *Greenwashing* e seguiu para começar a entender como ele afeta o consumidor, o que começa a viabilizar estratégias para combater essa prática.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se uma ascensão gradual de publicações sobre o tema a partir de 2010, obtendo um pico em 2013, e logo após partindo para um segundo pico de estudos em 2019, tendo sido um tema pouco abordado no ano de 2018. O tema está presente principalmente em periódicos avaliados em B1 pela Qualis, enquanto no estudo de Andreoli, Crespo e Minciotti (2016), prevaleceu uma maior presença do tema em periódicos de nível A1, sugerindo uma provável queda na qualidade ou, mais possivelmente, no interesse no tema proposto.

Levando em conta os resultados da pesquisa bibliométrica anterior, de Andreoli, Crespo e Minciotti (2016), percebemos uma queda no número de estudos que focam em identificar o *Greenwashing* (3) e um crescimento nos estudos sobre a Influência do *Greenwashing* no comportamento do consumidor (9), além de já ser perceptível uma presença de estudos que focam seus esforços em analisar ações regulatórias (2) e desenvolver formas de proteção ao consumidor para freamento da prática (1). Apesar de trazer um número de publicações equilibrada sobre o assunto, é possível perceber um avanço na categoria de estudo sobre *Greenwashing*.

Da análise sistemática da literatura pesquisada, foi possível extrair quatro hipóteses principais a respeito do *Greenwashing*, sendo elas:

- **H1:** Consumidores não têm conhecimento o suficiente para se proteger;
- **H2:** Há falta de posicionamento dos consumidores em relação ao *Greenwashing*;
- **H3:** Atenção e ceticismo são importantes meios de proteção do consumidor ao *Greenwashing*;
- **H4:** Quando percebido, o *Greenwashing* afeta diretamente a confiança do consumidor quanto aos apelos verdes, afetando a reputação da marca.

As pesquisas tendem a apontar a importância da ação do consumidor, tornando-o um olheiro, por este motivo recomenda-se também pensar como influenciar tal comportamento no consumidor, para tanto, como transferir o conhecimento sobre *Greenwashing* para o consumidor e como despertar seu interesse de ser olheiro para as organizações que regulamentam?

Por fim, o estudo atual justifica-se, também, por mensurar e analisar a totalidade do contexto da produção acadêmica (1995 a 2020) em relação ao tema *Greenwashing*, assim entendendo quais são os aspectos já abordados e as lacunas ainda a serem abordadas.

REFERÊNCIAS

ANDREOLI, T. P.; CRESPO, A.; MINCIOTTI, S. What Has Been (Short) Written About *Greenwashing*: A Bibliometric Research and a Critical Analysis of the Articles Found Regarding this Theme. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 11, n. 2, p. 1-19, 2017.

CAMPOS, Roger Francisco Ferreira de; COSTA, Darleila Damasceno. Rotulagem Ambiental: Um Estudo do *Greenwashing* no Brasil. **Revista Conversatio** - ISSN 2525-9709. Vol. 2, n. 3, Jan/Jun 2017.