



Parceria com empresas pode prejudicar ambientalismo de ONGs

Uma pesquisa realizada na Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq) da Universidade de São Paulo (USP), em Piracicaba, verificou que parcerias entre Organizações Não Governamentais (ONGs) ambientais e empresas pode alterar a maneira como as ONGs atuam. De acordo com o estudo, o problema dessas parcerias é que as empresas, visando somente o lucro, passam a interferir e a determinar o ambientalismo praticado. "Isso pode ser prejudicial à ideia inicial das ONGs", analisa a gestora ambiental Helena Lemos dos Reis Magalhães Gomes, autora da dissertação de mestrado Parcerias entre empresas e ONGs e a constituição de um novo sistema de publicidade ambiental: um estudo de caso.

Foi feito um estudo de caso múltiplo utilizando duas ONGs: a Fundação SOS Mata Atlântica e o Instituto Ambiente em Foco. Segundo a pesquisadora, a primeira organização, por ser de maior porte no mercado, trabalha de igual para igual com as empresas com que realizam parceria, compondo estratégias para melhorar a imagem ambiental tanto delas, quanto da própria fundação. Os problemas ambientais, nas últimas décadas, deixaram de ser negados, e passaram a ser utilizados para o marketing das marcas.

Já a segunda ONG (Instituto Ambiente em Foco), de porte muito menor, não pode ser apontada como uma organização que atua a favor do marketing ambiental empresarial. Ela não construiu estratégias para promover sua marca e a das empresas e se tornou, diante dessas parcerias, uma realizadora de projetos ambientais para empresas, com pouca força para criar suas próprias iniciativas. Suas ações acabam sendo delimitadas pelas empresas financiadoras, baseando-se nos interesses próprios destas.

A pesquisa foi orientada pelo professor Antonio Ribeiro de Almeida Junior e mostra que também podem haver potencialidades nessas parcerias. As ONGs aumentaram muito suas receitas, além de se tornarem mais profissionais após a ligação com empresas. Entretanto, o Instituto Ambiente em Foco teve problemas para gerir essa nova receita obtida e a SOS Mata Atlântica passou a adotar práticas muito mercadológicas, o que indica diferentes impactos que as parcerias podem causar nas dinâmicas internas das ONGs.

Foi verificado, também, que o maior diferencial da SOS Mata Atlântica é uma grande capacidade de lidar com a comunicação. O fato de ela já ser uma marca bem estruturada e conhecida faz com que uma empresa que tenha parceria com ela já seja bem vista na questão ambiental pelo público, ainda que esta empresa não seja verdadeiramente comprometida com a questão ambiental.

Método

Helena percebeu que esse tema, embora bastante comentado no âmbito das questões ambientais, não tinha trabalhos acadêmicos com uma visão científica sobre ele. "O objetivo do estudo, além de descrever esse fenômeno novo [das parcerias entre ONGs e empresas] é ver qual o impacto na ONG, com todo esse interesse empresarial por trás dela", afirma a pesquisadora.

A pesquisa foi planejada teoricamente antes, para que pudesse estar totalmente estruturada quando fosse realizada de fato. Então, foi feito em três frentes diferentes nas duas ONGs: foram realizadas entrevistas com as pessoas que ocupavam cargos de coordenação ligados à comunicação, à captação de recursos e financeiros. "Dei voz aos entrevistados, tive a preocupação de não fazer tantas análises prévias", relata a pesquisadora.

Foram feitas, também, análise de documentos. A gestora ambiental ressalta que a Fundação SOS Mata Atlântica, que tinha muito material para ser analisado nesta parte, foi transparente com a pesquisa. O Instituto Ambiente em Foco, por ser mais recente e menor, tinha menos material disponível nessa parte do

trabalho, mas, assim como a SOS, colaborou durante a fase de coleta da dados. A outra frente foi a observação livre do trabalho realizado pelas organizações.

Mais informações

Pesquisadora Helena Lemos dos Reis Magalhães Gomes

Telefone: (19) 8222-5757

E-mail: hldgomes@esalq.usp.br

FONTE

Agência USP de Notícias

João Ortega - Jornalista

Telefone: (11) 3091-4411

E-mail: agenusp@usp.br