

Dia do Meio Ambiente ou do Greenwashing?

Categories : [Germano Woehl Junior](#)

O termo “greenwashing” pode ser traduzido com “lavagem verde” e tem no ambientalismo uma conotação equivalente a “lavagem de dinheiro”. É usado há mais de duas décadas para designar informações tendenciosas ou propaganda enganosa de algum produto ou serviço rotulado de “ecologicamente correto” ou que visam mascarar a má conduta ambiental de uma organização (empresa, instituição pública etc.) ou indivíduo.

Quando a questão ambiental entrou na moda muitas empresas e instituições públicas se obrigaram a lançar mão deste artifício para não terem sua imagem arruinada perante a opinião pública. É claro que temos muitos bons exemplos de empresas que optaram pelo caminho da ética e se esforçam para diminuir o impacto ambiental além até do que a lei obriga.

Nas páginas na internet de grandes empresas, geralmente com passivo ambiental, é comum encontrar no tópico “responsabilidade ambiental”, informações como estas que extrai do website de uma delas: “Para não poluir nossos preciosos e escassos recursos hídricos, a empresa tem estação de tratamento de efluentes (ETE); tem ligeiras devidamente identificadas para os funcionários separarem adequadamente o lixo; preocupada com o aquecimento global, a empresa fez um reflorestamento de Pinus, plantando 500.000 árvores.”

É comum as empresas incluírem na parte de responsabilidade ambiental aquilo que são obrigadas a fazerem por lei, caso contrário, não podem operar. Como a ETE, citada no exemplo acima. É a mesma coisa que incluírem no tópico de responsabilidade social o pagamento em dia do 13º. salário e o descanso semanal remunerado.

Nem é necessário mencionar que em muitos casos as empresas têm a ETE para cumprirem os requisitos necessários do licenciamento ambiental obrigatório, mas instalam, clandestinamente, um sistema de “by-pass”, ou desvio, de modo que a maior parte dos efluentes sem tratamento siga diretamente para os rios. O mais terrível de tudo é que nas datas comemorativas, todo este lixo que estas empresas disponibilizam em suas páginas na internet vão parar nos jornais, ocupando páginas e mais páginas daqueles cadernos especiais de meio ambiente, na forma de matérias jornalísticas. E a data preferida para esta prática do “greenwashing” é o dia do Meio Ambiente.

Lembro-me que há alguns anos, a imprensa sempre procurava avidamente as ONGs ambientalistas para saberem da agenda no dia do Meio Ambiente ou nas outras datas comemorativas. Nos últimos anos, não tem sobrado para as ONGs nem um cantinho nesses especiais recheados de anúncios das empresas, que são disputadíssimos. Os meios de comunicação descobriram um filão do mercado e agradecem aos que ficam criando estas datas para o oportunismo da prática do “greenwashing”.

É incrível a criatividade destas empresas e instituições públicas e até pessoas físicas para divulgarem na mídia que estão “fazendo a parte delas” em prol do meio ambiente. Aproveitam para divulgarem na mídia algum procedimento rotineiro que, na maioria dos casos, é a espinha dorsal do negócio, e coincidentemente tem um aparente apelo ecológico, mas falso quando se analisa todas as etapas do processo. Exemplo: “Nossos produtos não agredem o meio ambiente, pois usamos matéria prima proveniente de fontes renováveis”.

Há um caso de uma empresa que comprou uma mata preservada para ampliar suas instalações. Desmatou uma parte com uma autorização muito duvidosa do órgão ambiental, deixando o restante para desmatar aos poucos, conforme a necessidade de expansão. Então, contratou um anúncio, daqueles bem caro, de página inteira, em uma grande revista de circulação nacional para dizer que tem preocupação com o aquecimento global e “preserva” esta área de Mata Atlântica, já sentenciada à morte, para estocagem de carbono, de modo a compensar todas as emissões de gases causadores do efeito estufa em sua unidade fabril.

Não há limites para a prática de “greenwashing”. Não é desperdiçada nem a oportunidade de surfar na onda da ignorância das pessoas. Não faz muito tempo, li nos jornais uma matéria sobre a reclamação de um empresário do ramo da indústria química que criticava severamente o órgão ambiental porque estava demorando em conceder-lhe a licença ambiental de operação para “reciclar” óleo de cozinha usado. Disse na entrevista que considerava um “absurdo” tantas exigências do órgão ambiental para um empreendimento que iria “ajudar” a natureza. O jornal comprou a briga e desceu o cacete no órgão ambiental.

Lembrando que este tipo de atividade usa insumos químicos perigosos e gera resíduos altamente tóxicos para transformar um óleo vegetal, 100% biodegradável, que usamos como alimento, em substâncias que vão poluir para sempre o meio ambiente, como tintas e vernizes. Ou seja, é uma indústria química como qualquer outra. Tudo o que precisam é da ingenuidade das pessoas para obterem matéria prima barata ou de graça. Para atingirem os objetivos, promovem estas campanhas alarmistas (falsas) onde o óleo de cozinha (óleo vegetal que está presente em vários tipos de sementes) foi eleito o maior poluidor do Planeta.

Nestas campanhas duvidosas para as pessoas a fazerem algo pelo planeta, obviamente que nunca pedem para reduzirem o consumo de óleo de cozinha, apenas que depositem em algum lugar a maior quantidade possível do resíduo das frituras, estimulando ainda mais o consumo. Isto lembra as campanhas da 2ª Guerra Mundial para as pessoas doarem as panelas velhas para fabricação de armas, onde os mais patriotas doavam até as novas.

Este comportamento da sociedade nos revela uma triste e assustadora realidade: quase ninguém está disposto a fazer algum sacrifício em prol do meio ambiente. Preferimos viver na ilusão de que é fácil fazer a nossa parte para salvar o Planeta. Basta doar nosso lixo para os pobres que resolvemos todos os problemas ambientais e sociais. Com esta lógica perversa do “quanto mais lixo geramos, mais ajudamos os pobres” nunca foi tão fácil aliviarmos nossa consciência. Resta

saber quanto tempo vai durar este nosso mundo da fantasia, ou melhor, do “greenwashing”.