

Comportament neetic în jurul schimbărilor climatice

Începând cu revoluția industrială de la sfârșitul secolului XVIII-lea, a început o tranziție rapidă de la producția manuală a bunurilor la o producție automatizată în incinta unor fabrici, asistată de mașinării. Progresul tehnologic a fost remarcabil în ultimul secol, viața oamenilor fiind ușurată din multe puncte de vedere, de la transport, până la ușurarea procurării de bunuri și hrană. În spatele acestor rezultate se ascunde un adevăr crud al exploatarei forței ieftine de muncă, dar mai ales al lăcomiei pentru profit și avere în detrimentul mediului înconjurător și al oamenilor.

Studiile arată că doar 100 de companii la nivel mondial sunt responsabile pentru mai mult de 70% din totalul emisiilor de carbon din anul 1988 până în prezent [1]. De asemenea, majoritatea emisiilor de gaze cu efect de seră provin din cele mai bogate țări de pe Pământ [2]. Comportamentul acesta de distrugere în masă în scopul obținerii de profit și îmbogățire este alimentat de lăcomia unui procent foarte mic din populație care duce un stil de viață luxos la nivel înalt în detrimentul bunăstării majorității. Oamenii de știință au ridicat deja nenumărate semnale de alarmă cu privire la riscurile creșterii temperaturii medii pe suprafața Terrei. Dacă trendul curent este menținut se estimează că temperatura va crește cu până la 4 grade Celsius (vs. nivelurile preindustriale) până la sfârșitul secolului [3].

Rezultatele vor fi dezastruoase: ghețarii se vor topi, va crește nivelul oceanelor, se vor intensifica fenomenele meteorologice extreme (furtuni, inundații, secetă), zone întregi se vor deșertifica, ecosisteme vor suferi schimbări iremediabile, iar populații întregi vor fi forțate să migreze pentru a putea supraviețui. Inevitabil vor apărea scandaluri geopolitice și mulți oameni vor avea de suferit. Din păcate, eforturile companiilor și al clasei politice de care depinde cel mai mult menținerea încălzirii globale sub 1.5 grade Celsius sunt categoric insuficiente, motivul principal fiind că ar necesita investiții masive în surse regenerabile de energie, iar majoritatea companiilor și a statelor menționate își bazează profitul și existența pe combustibili fosili. Cum prioritatea lor este profitul maxim pe termen scurt și nu bunăstare generală și echilibru ecologic pe termen lung, dirijează în mod categoric și neetic întreaga planetă spre colaps.

Mai mult, numeroase companii care poluează mediului înconjurător se angajează în ample campanii de marketing pentru a ascunde ori distrage atenția de la practicile neetice pe care le întreprind. Astfel, își ridică o fațadă „verde” menită să îmbunătățească imaginea lor publică și să le mărească profiturile, fără vreo îmbunătățire a practicilor. Termenul ce descrie acest fenomen poartă numele de „greenwashing” și nu este altceva decât un mecanism capitalist de a majora profiturile companiilor care se folosesc de el [4]. Acestea abuzează de factori psihologici ce determină consumatorii să susțină entitățile care au un impact general pozitiv. Afirmații mincinoase, sau acțiuni fără substanță și efect raportat la sursa problemei (plantare de copaci, produs din 60% materiale reciclate, „carbon neutral” etc.), sunt folosite să impresioneze publicul.

Realitatea este că acestea doar maschează practicile reale, umflă artificial reputația companiei, timp în care practicile neetice continuă neînlesnite. Un exemplu de astfel de comportament este al companiei americane „Chevron”, care se ocupă cu producerea de energie predominant pe bază de combustibili fosili. În anii ‘80, ca urmare a unor scandaluri legate de contaminarea unor surse de apă după scurgerea a aproximativ 1 milion de metri cubi de combustibil și plata a milioane de dolari în amenzi pentru poluarea apei și a aerului din jurul zonelor de lucru, imaginea ei publică a avut de suferit. Astfel, în următorii ani compania a investit sute de mii de dolari pentru o campanie publicitară ce purta numele

de „People Do” în care erau prezentate investițiile companiei pentru ajutorarea mediului. Acestea în realitate reprezentau niște sume minuscule raportate la daunele cauzate. În ciuda acestor fapte, reclamele au fost de mare succes, aducând chiar un premiu „Effie” pentru publicitate companiei [5]. Chevron continuă cu astfel de practici imorale și în prezent, 40 de ani mai târziu. [6]

Conceptul de „amprentă individuală de carbon” (orig. en. „carbon footprint”) și presiunea asupra individului pentru reducerea emisiilor s-a făcut din ce în ce mai resimțită în ultimii ani. Noțiunea este într-adevăr utilă și ajută la identificarea principalilor poluatori și astfel și a modurilor prin care fiecare putem reduce emisiile cauzate în mod direct sau indirect de acțiunile proprii. Problema apare în momentul în care companiile mari și guvernele împing consumatorii să își reducă amprenta de carbon în timp ce principalii responsabili pentru schimbările climatice nu iau suficiente măsuri în această direcție. Un fapt mai puțin cunoscut este că acest concept a fost popularizat la începutul anilor 2000 printr-o amplă campanie publicitară inițiată de „BP” (British Petroleum). Astfel, gigantul a îndreptat vina și cauza schimbărilor climatice către consumatori, îndemnându-i să își schimbe practicile pentru a reduce impactul lor asupra mediului, timp în care compania nu a luat nicio măsură pentru a-și reduce propriile emisii. Ba mai mult, în apropierea anilor 2020 și-a extins zona de forare după petrol. La momentul respectiv, alte companii petroliere au urmat exemplul „BP” și și-au început propriile companii publicitare, urmând o narativă asemănătoare [7].

Efectele încălzirii globale cauzate de acești giganți încep deja să fie resimțite. În Pakistan în 2022 au fost înregistrate inundații devastatoare care au afectat peste 30 de milioane de oameni și 1 milion de locuințe [8]. Din păcate, acesta nu este un caz izolat ci începutul unei noi normalități la nivel global. În timp ce guvernele protejează interesele capitaliste ale companiilor care sunt responsabile de majoritatea emisiilor nocive la nivel global, statele vulnerabile trag ponoasele și se luptă cu dezastrele naturale din ce în ce mai frecvente în linia întâi, fără ajutor semnificativ de la cei cu adevărat responsabili.

În concluzie, sistemul capitalist ce domină politica globală este cauza principală [9] a topirii ghețarilor, defrișări masive și a deșertificării, distrugerea masivă a habitatelor terestre și maritime cât și a suferinței oamenilor care se luptă în diverse părți ale lumii cu din ce în ce mai multe fenomene naturale extreme (inundații, secetă, incendii etc.). În loc să îndrepte fonduri considerabile către cercetare și să investească în surse regenerabile de energie și repararea daunelor, entitățile responsabile se ascund în spatele unor reclame menite să le curețe imaginea publică în timp ce ele își continuă activitățile dăunătoare nestingherite. Mai mult, împing vina și responsabilitatea asupra oamenilor de rând, timp în care țările și societățile vulnerabile încep deja să se lupte cu efectele devastatoare rezultate în urma a ani întregi de poluare și consum fără limite a resurselor Pământului.

Referințe:

1. *Studiu susține că doar 100 de companii sunt responsabile pentru 71% din emisiile de carbon la nivel mondial* (2017) *The Guardian*. Guardian News and Media. Disponibil [aici](#) (Accesat: 22.01.2023).
2. *Nivelul de emisii de CO2 al fiecărei țări* (2022) *Union of Concerned Scientists*. Disponibil [aici](#) (Accesat: 22.01.2023).
3. *Oamenii de știință atrag atenția asupra posibilității ca Pământul să se încălzească cu până la 4C până în anul 2100* (2013) *The Guardian*. Guardian News and Media. Disponibil [aici](#) (Accesat: 22.01.2023).
4. *Greenwashing* (2014) *Encyclopædia Britannica*. Encyclopædia Britannica, inc. Disponibil [aici](#) (Accesat: 22.01.2023).
5. *Evoluția problematică a greenwashing-ului marilor corporații* (2016) *The Guardian*. Guardian News and Media. Disponibil [aici](#) (Accesat: 22.01.2023).

6. *De ce tragem Chevron la răspundere pentru campaniile de greenwashing pe care le-a desfășurat* (2022) Earthworks. Disponibil [aici](#) (Accesat: 22.01.2023).
7. *Marile companii petroliere au popularizat termenul de „amprentă de carbon” pentru a ne învinovăți pentru lăcomia lor* | Rebecca Solnit (2021) *The Guardian*. Guardian News and Media. Disponibil [aici](#) (Accesat: 22.01.2023).
8. Magramo, K. (2022) *O treime din Pakistan este sub ape ca urmare a celor mai severe inundații din istoria țării*, CNN. Cable News Network. Disponibil [aici](#) (Accesat: 22.01.2023).
9. *Studiile arată că activitatea umană a dus la topirea ghețarilor* (2014) *NBCNews.com*. NBCUniversal News Group. Disponibil [aici](#) (Accesat: 22.01.2023).