

Zeleno ispiranje mozga

Hrvatski fokus 5. listopada 2012.

Nevažno je je li dvojac B&Ž uvođenjem vlastita brenda žrtva *greenwashinga* ili je postao ekomanipulator

Je li najpopularniji dvojac hrvatske reklamne industrije B&Ž, ekomanipulator ili žrtva *greenwashinga*. Je li žutica ekološki prihvatljivi materijal, kako nam sugerira mlada dizajnerica Dorotea Škrabo sa svojim DOT-torbama? Ili i za nju vrijedi pitanje koje je postavljeno svima poznatom dvojcu Bruketi i Žiniću.



Što potiče umirovljenika, plastičara i gumarca da tijekom godišnjeg odmora čita članke o pamučnim torbama ili majicama? Odgovor je jednostavan. B&Ž svoj prvi brend – majicu temelje na *prirodno uzgojenom* pamuku, a mlada dizajnerica na žutici, također pamuku. To su organska polimerna vlakna biljnog podrijetla i razumljivo je da to zanima nekoga, tko se cijeli život bavi polimerima, posebno plastikom.

Pamuk je organski polimer biljnog podrijetla

Oduvijek mi je nedostajala jedna riječ. Ali kada sam pročitao priopćenje organizacije European Bioplastics: »No *greenwashing* with bioplastics« sve je bilo jasno. To udruženje promiče bioplastiku, međutim svjesno je činjenice da mora postojati odgovarajuća komunikacija s javnošću o pitanjima vezanim uz zaštitu okoliša i prirode.

Kada sam se vratio sa sajma plastike i gume u Düsseldorfu 2010., zbog jednog plakata kojim se promiče bioplastika na račun ostale plastike, uputio sam protest na adrese oko 300 uglednih urednika časopisa diljem svijeta. Zbog te akcije izgubio sam brojne prijatelje među urednicima. Međutim u kolovozu 2011. jedini svjetski časopis isključivo posvećen bioplastici, Bioplastics MAGAZINE, objavio je moj članak »Je li sva ne-bioplastika loša? – Bioplastika je plastika posebnih svojstava«. Bilo je još nekoliko tekstova u tom smislu. A priopćenje udruženja European Bioplastics u cijelosti slijedi ideje iz navedenog članka.

Zašto pobuna? Zato jer je trenutačno bioplastika u ukupnoj proizvodnji zastupljena s manje 0,5 posto. Slično je i s 'prirodno uzgojenim' pamukom. Prema podacima udruženja Organic

Trade Association iz lipnja 2010, svjetska proizvodnja u 2009. bila je 0,76 posto ukupne proizvodnje pamuka.

Zašto pobuna o bioplastici?

Što je pamuk i kuda pripada? Često se družim s tekstilcima, znam mnoge pojedinosti. Pamuk je organski polimer biljnog podrijetla. Dobiva se uzgajanjem, dakle nije prirodni. Za razliku od nekih plodina poput rajčice ili jagoda, koje ne moraju vidjeti sunca i uzgajaju se i bez zemlje u staklenicima ili plastenicima, pamuk se uzgaja (agrokulturni proizvod) u prirodi. I to je njegova jedina poveznica s prirodom, jer je on po definiciji umjetni proizvod. Uzgajati se može konvencionalnim načinom i na način da se dobije uzgojina koja se naziva organskim pamukom.



Dvojac B&Ž opravdano ukazuju na to da je konvencionalni pamuk jedna od najzagađenijih kultura (dakle umjetno). A što nudi dvojac? *Prirodno uzgojeni* pamuk. Na tražilicama našao sam samo jednu potvrdu te kontradikcije same po sebi. Ta je sintagma zabilježena u jednom članku u vrlo proširenom dnevniku 2011. gdje se opisuje kako je jedna tvrtka u Berlinu otvorila prodavaonicu odjeće načinjene od tog pamuka. Za *prirodno uzgojeni* pamuk uobičajena je sintagma organski pamuk (engl. *organic cotton*) koja se pojavljuje na istoj tražilici 17.500 puta i jednako opravdano kritizira konvencionalni pamuk kao i dvojac B&Ž.

Što je to organski pamuk? Radi se o pamuku pri čijem se uzgoju ne smiju upotrebljavati otrovni i postojani pesticidi te mineralna gnojiva (neki vele umjetna). Posebno se naglašava da se ne smije upotrebljavati genetički modificirano sjeme.

Pamuk je uvijek uzgojeni, dakle umjetni materijal

Pa u čemu je problem? U tome što dvojac manipulira sa sintagmom *prirodno uzgojeni* i dovodi kupca u zabunu. Posebno one koji su prošli proces *greenwashinga*. A što je s proizvodom mlade dizajnerice? »Sviđa mi se«, rekao bi meštar na jednoj reklami. Ali one su načinjene od žutice, neobrađenog pamuka i obojane su sa sintetičkim, akrilnim bojama. Ništa nema u tome loše, ali da netko ne pomisli da se radi o ekološki posebno vrijednim torbama. Kao što nisu ekološki posebno vrijedne pamučne majice ili traperice (potrošnja 10 tona vode

za jedne hlače). I to je sve? Osnovna je namjera ove reakcije da se razjasni filozofija *greenwashinga*.

Riječ *greenwashing* je spojena riječ koju je izmislio J. Westervelt, a označuje globalni fenomen. U hrvatski se ne može izravno prevesti, nego je treba opisati. Zahvaljujući dostignućima kognitivnih znanosti, razvijene su mnoge metode manipulacije, pa tako i one na području zaštite okoliša. Dakle najprije se definira cilj, npr. plastične vrećice. Zatim se *zeleno ispire mozak*, npr. tvrdnjom da pogiba godišnje 100 tisuća sisavaca od plastičnih vrećica. Mogu se ti sisavci zapetljati, ali u najlonske (plastične) mreže. Pritom se radi o kojih stotinjak životinja godišnje. *Zelenim ispiranjem mozga* ljude sklone istinskoj ideji zaštite okoliša pretvara se u *grješnike* koji sada osjećaju potrebu da se *iskupe*. I stoga umjesto da dobiju besplatno osnovnu ambalažu vrijednu 5 lipa, spremni su platiti za plastičnu (polietilensku) vrećicu čak kunu. A neki su tražili i porez od 2,16 kuna. Da se *zeleno iskupe*. Jedna posljedica je takvog stava da je po preporuci i doktora znanosti bolje upotrebljavati, kako kažu B&Ž, vrlo štetne pamučne torbe.

Greenwashing

Jesu li dvojac B&Ž uvođenjem vlastita brenda žrtva *greenwashinga* ili su i oni postali ekomanipulatori, nevažno je pitanje. Tipičan primjer *greenwashinga* je i promidžba biorazgradljivih vrećica. A upravo su one bile razlogom zašto je autor 2010. pisao svojim kolegama. Njihova ekološka štetnost je i opasnost za uspjeh bioplastike čije širenje treba poduprijeti zbog ekoloških razloga, npr. korištenje otpadne biomase. Ali bi vrlo strogim propisima treba sprječavati *greenwashing* jer je najčešće u funkciji stvaranja profita, a ne zaštite okoliša.

Prof. dr. sc. Igor Čatić