

plaça major

EDUARD MOTOS (*)

**Publicitat ecològica
de productes
contaminants**

Molts ciutadans desconeixen que part dels anuncis que es permet difondre en els mitjans de comunicació catalans i espanyols serien prohibits en alguns països d'Europa per enganyosos. Campanyes que aquí es realitzen sense cap mena d'impediment, com patrocinar els espais meteorològics per part de companyies petroquímiques o utilitzar conceptes ecològics per vendre cotxes que emeten CO₂, en d'altres països no es podrien fer. És el cas de Suïssa, on, des de l'any 2007, el sector petroquímic té prohibit relacionar la seva comunicació amb el medi ambient, gràcies a la pressió de Greenpeace i la decisió final de la Comissió Suïssa per a la Lleialtat. La decisió s'argumentava a partir de l'informe de 2007 del Grup Intergovernamental d'Experts en el Canvi Climàtic, que confirmava que la humanitat és la principal responsable del canvi climàtic a causa de l'ús que fa dels combustibles fòssils. També al 2007, el govern de Noruega va prendre mesures perquè els fa-

“ El codi d'autoregulació
sobre arguments
mediambientals és voluntari
i no contempla sancions

bricants d'automòbils corrin el risc de rebre multes si utilitzen paraules com ara «net», «amic del medi ambient» o «verd» en els seus anuncis. A més a més, han d'evitar l'ús de descripcions ambientals com «baixes emissions de diòxid de carboni» per no restar importància als altres gasos tòxics.

Per la seva banda, el Ministeri de Medi Ambient espanyol acaba d'impulsar un codi d'autoregulació sobre els arguments ambientals en els anuncis, però aquest no deixa de ser un codi voluntari que no disposa de cap règim de sanció econòmica. La situació actual, que no canvia el panorama publicitari, permet encara difondre eslògans com ara «el cotxe que menys contamina del món» per anunciar un automòbil que emet CO₂, tot i que l'any 2007 va obrir a Sabadell el primer concessionari de cotxes elèctrics de la península. El fet que la UE retiri productes altament contaminants, com els termòmetres de mercuri o les bombetes incandescents, no significa que la resta de productes del mercat siguin menys perillosos i que, per tant, siguin *verds*, tal com alguns els pinten. Tot i així, la responsabilitat del consum no deixa de ser responsabilitat, en part, del consumidor, ja que aquest pot caure en el consumisme verd, que no vol dir pas consum verd, si continua consumint per sobre de les seves necessitats.

(*) Membre d'Horitzó Europa (www.horitzo.eu)