

São Paulo, 31 de março de 2010.

Prezado Sr,

Nos últimos meses, houve um recrudescimento de ataques de um pequeno grupo que não apenas insiste em fechar os olhos à solidez científica da teoria sobre as mudanças climáticas, como vem desfechando ataques, inclusive pessoais, contra pesquisadores que estudam o tema. Esse mesmo grupo tem tentado minar, sem grande sucesso, as conclusões do quarto relatório do IPCC, um documento com mais de 3000 páginas e 18000 citações científicas, que deixa claro que o clima do planeta, por conta das emissões de gases provocadas pelas atividades humanas, está em processo acelerado de mudança, o que pode acarretar em consequências catastróficas para o planeta.

O que talvez o senhor e milhões de brasileiros não saibam é que boa parte desses ataques contra a ciência e cientistas vem sendo desfechada graças a polpudas contribuições financeiras saídas dos cofres do Grupo Koch. O novo relatório do Greenpeace “Koch Industries: secretly funding the climate denial machine” refaz o caminho dos 50 milhões de dólares que os irmãos Koch investiram, entre 1997 e 2008, em grupos que negam a ocorrência das mudanças do clima e trabalham para bloquear qualquer tipo de ação relacionada a este tema.

Fazem parte dos beneficiários dos irmãos Charles e David Koch grupos como “Americans for Prosperity Foundation”, “Mercatus Center”, “The Heritage Foundation” e “Cato Institute”, famosos por tentarem minar a credibilidade da ciência do clima e promoverem ações contrárias à criação de legislação específica para o controle das emissões de gases do efeito estufa.

Algumas das ferramentas utilizadas por estes grupos são estudos feitos sob encomenda visando, por exemplo, diminuir a importância da energia eólica na Dinamarca, ou, ainda, associar desemprego à instalação da indústria de novas energias renováveis na Espanha, e até mesmo questionar a relação das mudanças do clima e a sobrevivência dos ursos polares. Esses documentos foram usados para atrasar a votação da lei de clima Americana e posteriormente foram rejeitados por outros pesquisadores e representantes de governos.

A negação das mudanças do clima não está baseada em dados científicos ou questionamentos fundamentados. Ao contrário, ela é manufaturada e tem a marca “Koch” como patrocinadora.

Entretanto, quando visitamos sites do grupo Koch, encontramos a descrição de valores que apontam para o caminho oposto das práticas adotadas. Tome como exemplo a visão de sustentabilidade do grupo. *“...cria valor de longo-prazo para a sociedade protegendo o meio-ambiente e a segurança e a saúde de seus funcionários e de outros; utilizando recursos de forma mais eficiente; aplicando a boa ciência*

consistentemente..”. Interessante a referência feita a “boa ciência”, dados os milhões de dólares investidos no exato oposto.

Há também a questão da responsabilidade corporativa, na qual o próprio Charles Koch é citado: *“Para que os negócios sobrevivam e prosperem, eles devem criar valores de longo prazo na sociedade, através de seu próprio comportamento”*. O investimento de milhões de dólares em grupos que tentam de todas as formas proteger os interesses de um pequeno número de empresas, em detrimento da vida de milhões de pessoas, não é o tipo de comportamento que cria bons valores de longo prazo.

No final do ano de 2009 o Brasil estabeleceu metas de redução de emissões e uma Política Nacional de Mudanças Climáticas. É imperativo que as empresas do grupo Koch sediadas no país apoiem publicamente esta política e sua implementação. Qualquer atitude oposta a esta daria um sinal claro de que estas empresas são contrárias ao desenvolvimento sustentável do Brasil.

É imperativo também que o grupo Koch pare de boicotar e passe a apoiar a criação de uma legislação rígida e efetiva que regule e controle as emissões de gases do efeito estufa nos Estados Unidos, essencial para que o aumento da temperatura média do planeta fique abaixo dos 2°C, o nível máximo estipulados pela ciência.

O Greenpeace insiste que os funcionários e filiais brasileiras do grupo Koch compreendam a urgência e as ameaças das mudanças do clima e questionem a incoerência que existe entre o discurso e as práticas adotadas pela sua matriz. Para isso, devem exigir explicações e drásticas mudanças na atitude de seus pares norte americanos. Ao fazer isso, estarão agindo de maneira condizente a um dos princípios de negócios desenvolvido pelo próprio Charles Koch:

HUMILDADE: Pratique a honestidade intelectual e a humildade. Procure constantemente entender a realidade e lidar com ela de modo construtivo, para criar valor real e atingir aprimoramento pessoal.

As Indústrias Koch fazem uso do slogan “Transformando a vida diária”. O Greenpeace acredita que essa transformação pode vir de dentro do grupo e que, no final das contas, nossas vidas sejam transformadas por atitudes éticas e não pelos efeitos catastróficos das mudanças do clima.

Atenciosamente,
João Talocchi
Coordenador da campanha de Mudanças do Clima
Greenpeace Brasil