
El Gran Circo del Maquillaje Verde

A fines de este mes, países, empresas y sociedades civiles del mundo se reunirán en Río de Janeiro para la Conferencia de la ONU sobre Desarrollo Sostenible, aceptando la tarea, aparentemente imposible, de encontrar soluciones a los problemas ambientales que se nos plantean. La deforestación, la desertificación, el agotamiento de los océanos, la contaminación de los ríos y el aire, la pérdida de biodiversidad y el calentamiento global representan una verdadera amenaza para la vida sobre la Tierra.

Ni la fecha ni el lugar elegidos para esta cumbre son una coincidencia. Hace exactamente dos décadas, se realizó en Río de Janeiro la muy importante Cumbre de la Tierra, conocida como Río 92. Dicha conferencia de la ONU despertó en todo el mundo una sensación de urgencia: el planeta y sus habitantes estaban en peligro y quedaba poco tiempo para actuar. El mundo necesitaba un nuevo modelo, basado en el “desarrollo sostenible”. Gobiernos, compañías y ONGs estuvieron de acuerdo en que este objetivo sólo sería alcanzado por medio de la cooperación.

Sin embargo, las grandes empresas no querían nuevas reglas para la minería, la pesca, la agricultura o la silvicultura. Argumentaron que los objetivos voluntarios eran mucho más eficaces que las leyes y reglamentaciones obligatorias en materia de medio ambiente y sociedad. Desde su punto de vista, el crecimiento económico, el libre comercio y la apertura de los mercados eran los pilares de la sostenibilidad. Sólo asociando la protección ambiental a la rentabilidad se podría salvar a los ecosistemas del mundo. Este enfoque estrecho de miras concitó muchas adhesiones en todo el mundo.

Antes de Río 92, las grandes empresas y la industria solían ser vistas como las principales causantes del deterioro ambiental y de la injusticia reinante en el mundo. Las empresas mineras eran consideradas responsables de la contaminación de los ríos, los movimientos indígenas protestaban contra la deforestación y los bancos eran criticados por sus controvertidas inversiones. Sus logotipos evocaban la destrucción de los bosques, la contaminación del aire y la violación de los derechos humanos. El mundo empresarial tenía un grave problema de credibilidad.

La Cumbre de la Tierra marcó un punto de inflexión en la historia. Los gobiernos prometieron crear empleos verdes y se declararon partidarios de una economía verde, los consumidores comenzaron a comprar productos sostenibles y las multinacionales publicitaron la Responsabilidad Social Empresarial. Las compañías petroleras patrocinaron proyectos de agua limpia, los bancos de inversión financiaron programas educativos y las empresas mineras plantaron árboles.

Si Río 92 sirvió tanto para abrir los ojos de todos, se podría pensar que hoy en día estaríamos viviendo en un mundo verde, justo y sustentable o, al menos, que el mundo sería un lugar mejor que dos décadas atrás. Sin embargo, los hechos y las cifras nos devuelven a la realidad. A pesar de tantos reclamos de sustentabilidad, la extracción de materiales aumentó en un 40% desde la Cumbre de la Tierra. La producción de plásticos se duplicó. Hoy vivimos y consumimos como si tuviéramos dos planetas Tierra a nuestra disposición, y las naciones y regiones ricas siguen usando cinco veces más recursos que sus homólogos pobres. Los océanos están siendo más explotados

que hace veinte años, y emitimos 40% más de CO2 que en 1992.

La Cumbre de la Tierra dio lugar a otras conferencias de la ONU referentes al cambio climático, a la desaparición de la biodiversidad y a la desertificación, pero todas han fracasado, porque siempre terminan proponiendo soluciones falsas a problemas reales. La idea de “poner una pátina verde a la economía puede parecer buena, pero ¿servirá para atacar el fondo del problema?

Esto será debatido en Bruselas, durante el “Gran Circo del Maquillaje Verde” que tendrá lugar el 23 de junio, coincidentemente con la Cumbre de Río+20. La conferencia, organizada por la ONG belga Climaxi, estará enfocada en algunas de las falsas soluciones a la crisis climática. El “maquillaje verde” ha sido a menudo una estrategia exitosa para las compañías y organizaciones que pretenden hacer creer al público que están manejando los problemas con seriedad. Usan el logo de alguna ONG muy conocida, o un sello en el que se tiene confianza pero, mientras tanto, siguen adelante con sus prácticas insustentables.

Durante esta conferencia, diversos oradores internacionales tratarán varios temas en talleres: la imagen verde de los bancos para disfrazar sus turbias inversiones, los transgénicos y la soja “responsable”, el comercio de carbono y los mecanismos de desarrollo limpio, el mito de sellos tales como FSC, MSC, RTRS, etc.

Además de los talleres se exhibirán dos documentales que llevan a reflexionar: “Gasland”, sobre el gas de esquisto en Estados Unidos, y “El silencio de los pandas – lo que el WWF no dice”. Este último, realizado por Wilfried Huissman y el canal de televisión alemán WDR, despertó gran polémica cuando se exhibió en Alemania, debido a su crítica al WWF. Esta organización conservacionista presentó ante la corte una denuncia por falsas acusaciones e inexactitudes, y reclamó que se prohibiera la proyección de la película. Climaxi invitó al realizador a proyectarla y a explicar la investigación que realizó sobre dicha organización de fama mundial. Un representante del WWF participará en el debate luego de la proyección.

En esta conferencia se otorgará el Premio del Maquillaje Verde a la compañía u organización que mejor logra engañar al público con una imagen ecológica y sustentable para cubrir sus prácticas sucias y su impacto negativo. Las cinco nominadas figuran en el sitio web de Climaxi para ser votadas; la ganadora se proclamará al final de la conferencia.

Por la periodista An-Katrien Lecluyse y el periodista Leo Broers