
(Des)Compensando la Democracia

El comercio y las compensaciones de carbono distraen la atención de los grandes cambios sistémicos y de las acciones políticas colectivas que es necesario realizar para transitar hacia una economía baja en carbono. Promover enfoques más efectivos y eficaces en materia de cambio climático implica dejar de lado la estrechez reductora del dogma del mercado libre, la falsa economía de las supuestas soluciones rápidas y el propio interés a corto plazo de las grandes empresas.

El concepto que apuntala todo el sistema del comercio y las compensaciones de carbono es que una tonelada de carbono aquí es lo mismo que una tonelada de carbono allá. Esto significa que, si reducir las emisiones de carbono en la India es más barato que hacerlo en el Reino Unido, entonces se puede lograr el mismo beneficio para el clima, y de una forma más eficiente desde el punto de vista económico, haciendo las reducciones en la India.

Sin embargo, la simplicidad seductora de este concepto se basa en anular una serie de consideraciones importantes, como los derechos a la tierra, las inequidades Norte-Sur, las luchas locales, el poder empresarial y la historia colonial, para enfocarse en la eficacia en materia de costos. Los mecanismos de comercialización y compensación de carbono representan una reducción del problema del cambio climático que niega la existencia de variables complejas en aras de la rentabilidad.

Así pues, cuando la Fundación FACE de los Países Bajos planta árboles en el parque nacional de Kibale, en Uganda, para compensar los vuelos de los consumidores, ignora el hecho de que, en un pasado reciente, esa tierra fue escenario de violentos desalojos y que aún es enérgicamente reclamada por personas que una vez vivieron allí. Cuando las empresas compran créditos de carbono en el sistema de comercio de emisiones de la Unión Europea, lo único que importa es cuán baratas son las supuestas reducciones de emisiones. Pero cualquier compensación en los países del Sur para justificar las emisiones de los países del Norte, se hace con total prescindencia de la extrema disparidad en los niveles de consumo de carbono per cápita y asumiendo que las reducciones de emisiones en el Sur pueden ser tratadas como otra mercancía colonial que puede extraerse y comercializarse.

Incluso dentro de la lógica del mercado obsesionada por los costos, el uso del comercio y las compensaciones de carbono va contra el sentido común. El meollo del sistema es dar oportunidades a las empresas del Norte para que puedan demorar la costosa transición hacia tecnologías bajas en carbono. Esto es, de hecho, “efectivo en materia de costos” en el corto plazo, ya que es más simple y más barato comprar créditos de carbono que emprender el complicado camino de realizar dichos cambios. Sin embargo, los estudios han mostrado una y otra vez que cuanto más demoremos en hacer esos cambios, más caro y difícil será lograrlos, ya que la sociedad estará cada vez más atrapada en la dependencia de los combustibles fósiles y la adaptación a los impactos exacerbados del cambio climático será aún más costosa.

Ya existen documentos que explican de qué manera los países pueden utilizar las compensaciones de carbono para evitar asumir la responsabilidad de cumplir con los objetivos emanados del

Protocolo de Kyoto, y cómo empresas básicamente insustentables como Land Rover, BP y BA pueden utilizar las compensaciones para tratar de conseguir una legitimidad ambiental que no merecen. Pero lo que resulta aún más inquietante son las nuevas modalidades creativas con las que el sector empresarial está aplicando las compensaciones para lograr sus objetivos.

La influencia corrosiva de ese ilógico método ni siquiera se restringe ahora a la esfera del cambio climático y las emisiones de carbono. En reiteradas oportunidades, Coca-Cola ha sido objeto de campañas organizadas por grupos de justicia social de todo el mundo, pero sus prácticas comerciales en la India han recibido particular atención. En 2003, el Centro para la Ciencia y el Medio Ambiente, con sede en Delhi, publicó un informe basado en pruebas de laboratorio que mostraron que los niveles de plaguicidas e insecticidas de varios refrescos comercializados por Coca-Cola en la India eran entre once y setenta veces más altos que los máximos establecidos por la Unión Europea para el agua potable. El India Resource Centre, con sede en Estados Unidos, ha realizado varios alegatos contra la empresa, sosteniendo que provoca una grave escasez de agua para las comunidades y que sus plantas embotelladoras contaminan el suelo circundante y las aguas subterráneas. En marzo de 2004, los funcionarios públicos de Kerala, un Estado al sur de la India, cerraron una de las plantas embotelladoras de Coca-Cola en base a las quejas de las comunidades locales y los activistas, porque había drenado y contaminado las existencias de agua de la zona.

En agosto de 2007, mientras tomaba una Coca Light frente al logo distintivo del panda del Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), el Director General de Coca-Cola, Neville Isdell, anunció un acuerdo con el WWF por el que se destinarían US\$ 20 millones a “reponer cada gota de agua que usamos en nuestras bebidas y su producción.” Aparte de los planes para reducir y reciclar el agua que utilizan, el tercer componente del paquete era la reposición. Esta no se haría en los sitios de donde se sacó el agua sino a través de una serie de proyectos que tendrían lugar en otras partes del mundo – en los hechos, se trataría de compensaciones de agua.

Esos 20 millones de dólares (menos del 1% del enorme presupuesto anual para publicidad de Coca-Cola, que asciende a 2.400 millones de dólares) sirven para contrarrestar la gran cantidad de publicidad negativa que la empresa ha recibido a causa de la contaminación y el agotamiento del agua que ha provocado en países como la India. La compañía ha realizado una fuerte campaña para negar toda responsabilidad por cualquiera de los impactos devastadores que han sufrido las comunidades de esos lugares. Las compensaciones de agua le permiten ser el bueno de la película en algunos lugares del mundo, sin tener siquiera que reconocer el daño que ha provocado en otros.

El potencial de las compensaciones de agua no se limita a la posibilidad de dar a alguna empresa una fachada ecológica. Algunos comentaristas como John Regan, proveedor de créditos de carbono del Chicago Climate Exchange, ve el sistema de compensación de agua de Coca-Cola como “una señal alentadora de la nascente necesidad de un sistema de comercio de créditos de agua”. La idea es que si una compañía no controló lo suficiente su nivel de contaminación del agua, tendrá que comprar créditos a otra compañía que lo haya hecho por encima de sus objetivos.

Al igual que el comercio de carbono, tal sistema sería una gran oportunidad para emprender procedimientos contables oscuros y una oleada de actividad en el mercado, con el fin de dar una impresión de movimiento y enmascarar el hecho de que, en realidad, no se está haciendo casi nada para encarar los temas fundamentales de la degradación ambiental y la injusticia social.

Se han propuesto o están en ciernes muchos otros sistemas para mercantilizar y comercializar los problemas ambientales, incluido el comercio de vertederos, el de especies en extinción y el de

humedales. La ironía es que la eterna expansión de las economías de mercado es lo que ha creado tal presión sobre los recursos naturales y ha amenazado todo tipo de ecosistema con crecientes niveles de contaminación industrial. Ahora, esas mismas fuerzas del mercado son presentadas como la panacea para nuestros múltiples males ambientales. Este programa de mercantilización tiene poco que ver con el interés público, y mucho con la posibilidad de que las empresas ganen dinero con las transacciones de esos nuevos mercados. Lo que se anuncia como una solución barata para que la industria cumpla con los estándares ambientales, transforma un problema social y político en un asunto de mercado, haciendo a un lado la democracia.

Si queremos resolver el problema del cambio climático adecuadamente, debemos crear y aplicar un análisis sistémico que vaya más allá de la obsesión del costo o incluso del dióxido de carbono, y que promueva sinergias con las luchas por resolver otros problemas importantes, en las áreas de comercio, finanzas, derechos humanos, diversidad biológica, justicia ambiental y democracia.

Por Kevin Smith, Carbon Trade Watch/Transnational Institute (publicado anteriormente por Resurgence Magazine en marzo/abril de 2008), c.e.: kevin@carbontradewatch.org, enviado por el autor.