
El engaño del carbono-neutro

Parece que ser “carbono-neutro” se puso de moda. El Banco Mundial, el Vaticano, los Juegos Olímpicos, el Mundial de fútbol, la cadena de tiendas The Body Shop, los Rolling Stones y una larga lista de famosos se proclaman total o parcialmente “carbono-neutros”. Hasta Mercedes Benz organizó recientemente en California lo que se describió como “la primera semana de la moda carbono-neutro del mundo”. Por lo tanto es comprensible que un diccionario, el New Oxford American Dictionary, haya elegido a “carbono-neutro” como su Palabra del Año para 2006.

Hay que reconocer que ser “carbono-neutro” suena bien y que algunos de los mencionados creen honestamente estar haciendo lo correcto, porque da la impresión de que “neutro” significa no emitir nada. Sin embargo el concepto esconde un peligroso juego de engaño en el que muchos jugadores corporativos están ganando mientras el clima de la Tierra pierde.

Quizás la mejor manera de “neutralizar” este absurdo sea a través del ridículo. Eso hizo la gente que creó el sitio Cheatneutral (“engaño-neutro”) en internet. Inventaron, siguiendo los pasos de los inventores de la compensación del carbono, el concepto de “compensación del engaño”. Cheatneutral, declaran, “compensa sus engaños financiando a otra persona para que sea fiel y NO engañe. Esto neutraliza el dolor y la infelicidad para que Ud. quede con la conciencia limpia”.

Pretender “neutralizar” las emisiones de carbono es igualmente ridículo. Los vuelos carbono-neutros son quizás la mejor forma de demostrar que esto es una estafa. Los aviones no vuelan con combustibles renovables sino con petróleo. Una vez que entra en combustión para permitir que los aviones vuelen, el carbono contenido en el combustible se libera a la atmósfera para no volver jamás a su lugar original bajo tierra. Este carbono nunca puede neutralizarse; se sumará a la creciente cantidad de carbono atmosférico que está destruyendo el clima del planeta.

A pesar de ello, los muy imaginativos comerciantes del carbono han inventado una forma de ganar dinero con esto. Si las personas no quieren sentirse culpables o las empresas desean promocionarse como “amigas del clima”, hay cada vez más empresas deseosas de brindarles, a cambio de una suma de dinero, una solución.

Por ejemplo, la británica Carbon Neutral Company dice que “Debido al carbono emitido, volar es una de las causas del cambio climático que crece con mayor rapidez”. Sin embargo, a cualquiera que pueda preocuparse por eso se le garantiza inmediatamente que es posible “Neutralizar sus emisiones de carbono con nuestros Vuelos Carbono-Neutros y hacer que su viaje sea más ecológico”. Según la distancia del vuelo, “neutralizarlo” cuesta entre £4.50 y £52.50. Además de librarlos del sentimiento de culpa, la empresa también brinda a sus compradores un “certificado con una dedicatoria personal si Ud. así lo desea”, un “mapa en colores e información sobre 'sus' proyectos”, una “etiqueta de viaje de cuero reciclado” y una “carpeta de color crema, atada con una cinta” (¡esto no es broma, está en el sitio de Carbon Neutral!).

Se han creado muchas otras empresas para beneficiarse con la compensación del carbono. TerraPass, Native Energy, DriveNeutral, Climate Friendly, AtmosFair, Climate Care y GreenSeat son

algunos ejemplos de las empresas, que cada vez son más, que ofrecen tales servicios.

Los medios que usan estas empresas para “compensar” son diversos y van desde lamparitas eléctricas eficientes hasta la plantación de árboles. Dentro de este juego del engaño, es esto último lo que más nos preocupa. Un informe reciente (State of the Voluntary Carbon Market 2007) explica que algunos proyectos son más “carismáticos” que otros y añade que “Los árboles son un aspecto de la captura del carbono que todo el mundo entiende, hasta los niños pequeños lo entienden... la gente capta la idea”.

A pesar de su “carisma”, los árboles han demostrado ser problemáticos y esto llevó a algunas instituciones a favor del carbono-neutro a desvincularse públicamente de dichos planes: “Debido a los muchos problemas que tienen los proyectos de plantación de árboles, la Fundación David Suzuki solamente compra compensaciones a proyectos de energía eficiente o renovable”. The Body Shop explica que “En 2006 compensamos nuestro negocio de transporte aéreo... financiando proyectos que no implicaran la plantación de árboles”. La empresa Cleaner Climate Company, que brinda servicios de compensación de carbono a Adobe, explica que “no planta árboles” porque “la ciencia que respalda la captura del carbono no es suficientemente precisa” y porque se ha comprometido “a tener un impacto positivo en las comunidades locales”, dando a entender que las plantaciones tienen un impacto negativo.

Esta inquietud acerca de las compensaciones relacionadas con la plantación de árboles no ha surgido por casualidad. Es el resultado de años de campañas contra los monocultivos en gran escala y de la documentación de sus impactos y de las luchas en su contra. Además, se han investigado y expuesto ampliamente algunos casos especialmente negativos de plantaciones para compensar carbono (como los de la fundación holandesa FACE en Uganda y Ecuador), obligando a las empresas de comercialización de carbono a procurar inversiones menos riesgosas.

Esta creciente inquietud sobre las plantaciones es una muy buena noticia para las comunidades locales que podrían haber sufrido los impactos de las plantaciones para compensar carbono. Sin embargo, implica que el floreciente mercado del carbono simplemente se está mudando a otras zonas más “carismáticas”. Esta estafa tiene que salir a la luz. La gente tiene que entender que ser “carbono-neutro” tiene exactamente el mismo valor que ser “engaño-neutro”, es decir ninguno, y que se necesita urgentemente actuar de verdad en escala mundial para reducir drásticamente las emisiones de los combustibles fósiles, sin engaños.