

# Comercio de emisiones: la injusticia institucionalizada

by Kevin Smith  
Monday, 03 March 2008

Traducido por Bea Martinez

El sistema de comercio de emisiones y compensaciones distrae la atención de los cambios sistémicos y las acciones políticas colectivas que se deben emprender en la transición hacia una economía más limpia. Promover un enfoque más efectivo con respecto al cambio climático implica alejarse del dogma miope y reduccionista del libre mercado, de los falsos arreglos económicos y de los intereses a corto plazo de las grandes empresas.

LA LÓGICA sobre la que descansa todo el sistema del mercado de emisiones y de compensaciones nos dice que una tonelada de dióxido de carbono aquí es exactamente lo mismo que una tonelada de dióxido de carbono allí. Es decir, que si es más barato reducir las emisiones en la India que en el Reino Unido, se pueden lograr las mismas mejoras climáticas, pero de forma más rentable, reduciendo las emisiones en la India.

Sin embargo, la atractiva simplicidad de esta lógica sólo se explica si se hace caso omiso de toda una serie de importantes cuestiones —derechos territoriales, desigualdades Norte-Sur, luchas locales, poder de las grandes empresas o historia colonial— y todo se limita a una simple cuestión de rentabilidad económica. Los mecanismos de comercio de emisiones y de compensaciones representan un enfoque reduccionista del cambio climático, un enfoque que niega unas variables muy complejas y que prioriza la rentabilidad por encima de todo.

Así, cuando la organización neerlandesa FACE Foundation planta árboles en el parque nacional de Kibale, en Uganda, para compensar las emisiones de los vuelos comerciales, está ignorando el hecho de que estas tierras han sido escenario de violentos desalojos en un pasado no muy lejano, y que éste sigue siendo un territorio reivindicado por comunidades que vivían en él. Cuando las empresas compran créditos en el régimen de comercio de derechos de emisión de la UE, lo único que importa es lo barato que resulten las supuestas reducciones que han generado dichos créditos. Pero toda compensación en los países del Sur que busque justificar las emisiones en el Norte evita por completo el problema de la extrema diferencia en los niveles de consumo de dióxido de carbono per cápita, y da por supuesto que la reducción de emisiones en el Sur se puede tratar como cualquier otra mercancía colonial.

Incluso siguiendo la lógica estrictamente mercantil, obsesionada con la rentabilidad, el mecanismo del mercado de emisiones y compensaciones desafía a todo sentido común. El objetivo del sistema es el de ofrecer a las empresas del Norte diferentes salidas para aplazar la costosa transición hacia tecnologías bajas en emisiones. Se trata de algo, en efecto, —rentable— a corto plazo, ya que es más fácil y más barato comprar créditos de derechos de emisión que asumir la compleja tarea de realizar dicha transición, aunque cada vez son más los estudios que indican que cuanto más se aplacen los cambios, más caro y complicado será realizarlos llegado el momento, tanto porque la sociedad depende cada vez más de combustibles fósiles como por el mayor coste que entrañará adaptarse a los impactos exacerbados del cambio climático.

Abunda ya la documentación sobre cómo los países pueden usar el sistema de compensaciones para evitar las responsabilidades asumidas con respecto a los objetivos de Kyoto, y sobre cómo empresas insostenibles por naturaleza —como Land Rover, British Petroleum y British Airways— pueden utilizar este mecanismo para ganarse una legitimidad ecológica que no se merecen. Uno de los hechos más inquietantes está en cómo el sector empresarial está echando mano de la creatividad con el sistema de compensaciones para seguir ampliando su agenda.

LA CORROSIVA INFLUENCIA de la lógica de las compensaciones ni siquiera se limita ya al ámbito del cambio climático y de las emisiones de dióxido de carbono. Coca Cola ha sido objeto de largas campañas organizadas por grupos que luchan por la justicia social en todo el mundo, pero sus prácticas en la India han suscitado una especial atención. En 2003, el Centre for Science and the Environment, un instituto de investigación de Delhi, publicó un

informe basado en ensayos de laboratorio que demostraba unos niveles de pesticidas e insecticidas entre once y setenta veces superiores a los máximos fijados por la UE para agua potable en toda una serie de refrescos comercializados por Coca Cola en la India. El India Resource Centre, institución con sede en los Estados Unidos, ha emitido varias acusaciones contra la empresa, afirmando que es responsable de la importante falta de agua de muchas comunidades, y que sus plantas embotelladoras contaminan los terrenos y las aguas colindantes. En marzo de 2004, las autoridades de Kerala, un estado al sur de la India, clausuraron una de las plantas embotelladoras de Coca Cola, acusada por comunidades y activistas de la zona de haber agotado y contaminado sus recursos hídricos.

En agosto de 2007, mientras bebía de una lata de Coca Cola Light frente al característico panda del logo del Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), el presidente de Coca Cola, Neville Isdell, anunciaba que la empresa destinará 20 millones de dólares a un programa de colaboración con WWF para "suministrar cada gota de agua que utilizamos en nuestros refrescos y en su producción". Además de reducir y reciclar el agua utilizada, el programa pretendía reabastecer recursos hídricos. Este reabastecimiento no se producirá en los lugares en que se estaba utilizando y agotando el agua, sino que se realizará a través de diversos proyectos ejecutados en otras partes del mundo. Estamos hablando, en realidad, de un sistema de compensaciones con el agua.

Estos 20 millones de dólares (que representan menos del 1% del enorme presupuesto para publicidad de Coca Cola, unos 2.400 millones de dólares anuales) se están utilizando para contrarrestar toda la publicidad negativa que recibe Coca Cola por sus prácticas en la India, que agotan y contaminan las aguas. La empresa ha mantenido una enérgica campaña para denegar toda responsabilidad sobre las catastróficas consecuencias que han sufrido estas comunidades, de manera que, utilizando este sistema de compensaciones hídricas, puede jugar a ser la empresa buena de la película en otras zonas del mundo sin siquiera tener que reconocer los daños que ha provocado en otras.

Las posibilidades del sistema de compensaciones hídricas no sólo se limitan a actos concretos que sirvan para limpiar la imagen de las empresas. Algunos comentaristas como John Regan, proveedor de créditos de derechos de emisión de Chicago Climate Exchange, un programa para la comercialización de gases de efecto invernadero, considera que el programa de Coca Cola es un "indicio alentador de la incipiente necesidad de un régimen de comercio de créditos de agua". La idea es que si una empresa no ha controlado lo suficiente la contaminación de las aguas en determinado lugar, deberá comprar créditos a otra empresa que sí haya controlado esa contaminación por encima de los objetivos que se le han fijado.

Al igual que sucede con el comercio de emisiones, un sistema de este tipo dará pie a toda una serie de oscuros trámites contables y operaciones para dar la impresión de que la industria se está movilizándolo en el terreno ecológico, y ocultar el hecho de que, en realidad, se está haciendo muy poco para abordar las cuestiones fundamentales de degradación medioambiental e injusticia social.

SON MUCHOS LOS PROGRAMAS que se han propuesto o se están desarrollando para mercantizar y comercializar problemas medioambientales, como el comercio de residuos, de especies en vías de extinción y de humedales. Lo irónico es que es precisamente la continua expansión de las economías de mercado la que ha creado esa tremenda presión sobre los recursos naturales y la que amenaza a todo tipo de ecosistemas con sus crecientes niveles de contaminación industrial. Ahora, esas mismas fuerzas mercantiles se están presentando como la panacea para nuestros muchos males ecológicos. Esta agenda de mercantilización tiene poco que ver con los intereses públicos; se trata más bien de permitir a las industrias que aumenten su capital con las transacciones de estos nuevos mercados. Lo que se defiende como una solución más barata para que la industria cumpla con las normativas medioambientales transforma una cuestión social y política en una cuestión mercantil, institucionalizando, de hecho, un sistema injusto y antidemocrático.

Si debemos luchar adecuadamente contra el cambio climático, debemos desarrollar y aplicar un análisis sistémico que vaya más allá de la obsesión con los costes o con el dióxido de carbono, y fomentar sinergias con otras luchas fundamentales en materia de comercio, finanzas, derechos humanos, biodiversidad, justicia medioambiental y democracia.

À