

Tendencias

El calentamiento del planeta en las elecciones norteamericanas

ANDY ROBINSON
New York
Enviado especial



Esta es la campaña electoral en EE.UU. que ha batido todos los récords de gasto en publicidad y marketing, patrocinio empresarial y presiones lobbistas. Y las principales compañías de petróleo, energía y minería se han empleado a fondo.

El objetivo número uno: evitar que Barack Obama cuente con suficiente apoyo tras las elecciones legislativas de mañana para adoptar medidas de reducción de emisiones en el país que genera más CO₂ por habitante del mundo. Incluso un puñado de multinacionales con sede en Europa han participado en la campaña electoral con el fin de tumbar las iniciativas de Obama contra el cambio climático.

Y para dar a esas turbias operaciones de financiación política un barniz popular, las mismas empresas han canalizado dinero a las organizaciones coordinadoras del excéntrico movimiento de populismo ultraconservador Tea Party, cuyos activistas, en su gran mayoría, son negacionistas del cambio climático.

Organizaciones ultraconservadoras como Americanos por la

Sponsors del negacionismo

Los lobbies energéticos financian candidatos en EE.UU. que no reconocen el cambio climático

nadores que han bloqueado las iniciativas legislativas de Obama. Ocho empresas europeas han regalado 306.000 dólares (unos 220.000 euros) a una veintena de senadores, el 80% de ellos, responsables de votar en contra de la legislación para reducir emisiones. Un proyecto de ley que habría creado límites y un mercado de emisiones de CO₂ que ya fue derrotado en el Senado. La participación de las industrias europeas es extraña, según los autores del informe, ya que “en Europa esas empresas suelen argumentar que más medidas para reducir emisiones no serán útiles hasta que EE.UU. actúe”.

Ahora, el blanco de los lobbies petroleros y energéticos es el plan B de la Administración Obama: utilizar la Agencia de Protección Medioambiental (EPA) para forzar una reducción de emisiones amparándose en legislación medioambiental existente. Una carta fue remitida en septiembre al presidente del comité de apropiaciones del Senado. Pide “su apoyo para restringir la autoridad de la EPA en la adopción de normas sobre gases invernadero”. Los 24 firmantes incluyen la Cámara de Comercio de EE.UU., el Instituto del Petróleo Americano –asociación empresarial de las petroleras–, la Asociación Nacional de Manufac-

tura y la Sociedad de Fabricantes Químicas.

Koch Industries –matriz de empresas en Barcelona como Invista y Georgia Pacific, que fabrica papel higiénico de la marca Delica y Colhogar– es la reina del lobby negacionista. Encabeza el ranking de contribuciones directas a los partidos, según datos del Center for Responsive Politics en Washington. El 89% de esas ayudas van a republicanos que han bloqueado las medidas de Obama. David Koch es el presidente de Americanos por la Prosperidad (AFP) y organiza el llamado Hot Air Roadshow, que recorre EE.UU., a veces en globo, insistiendo

en que los datos científicos del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC) es “aire caliente” (es decir, falsedades palabrería).

Otro director de AFP, Art Pope, presidente de la red de grandes superficies Variety Wholesalers, ha desembolsado millones de dólares en Carolina del Norte para atacar a dos candidatos demócratas que defienden restricciones del CO₂. “Antes nos preocupaba Exxon cuando financiaba el negacionismo, pero AFP es mucho peor”, dijo DeMelle.

Todas estas operaciones han dado resultado. De los 20 candidatos republicanos al Senado seleccionados en escaños cruciales, 19 son negacionistas. David Vitter, el senador por Luisiana, tacha la ciencia del IPCC de “basura pseudocientífica y ridícula”. El senador por Oklahoma, Jim Inhofe –estrecho colaborador de Exxon durante los años Bush–, la califica de “el fraude más grande jamás habido”. Ambos han recibido financiación de las firmas europeas. Christine O'Donnell, la candidata creacionista del Tea Party por Delaware, habla del IPCC con el mismo desprecio con el que habla de Charles Darwin. Es la candidata favorita de AFP y los Koch. ●

EL OBJETIVO

Se trata de restar apoyos políticos a las leyes de Obama para reducir las emisiones

DINERO EUROPEO

Empresas energéticas europeas también han apoyado los lobbies, según una oenegé

Prosperidad o Freedom Works son los intermediarios. “Pueden parecer elecciones pintorescas, pero esto va muy en serio; van a llegar a Washington cientos de candidatos que niegan la ciencia”, advirtió Brenden Demelle, de Desmogblog, que proporciona análisis para contrarrestar la desinformación sobre el cambio climático.

Encabezadas por Exxon Mobil, Conoco Phillips, Chevron, BP, y la menos conocida Koch Industries –propiedad de dos hermanos multimillonarios patrocinadores del Tea Party–, las empresas de energía han dedicado una cifra astronómica de 453 millones de dólares (325 millones de euros) a las actividades lobbistas en los dos últimos años, con el fin de convencer a miembros de la Cámara y senadores para que rechacen las medidas para reducir emisiones.

Según la oenegé Climate Action Network (CAN), una decena de multinacionales europeas –entre ellas las alemanas EON, BASF y Bayer, y las francesas Lafarge y GDF-Suez– también han aportado dinero que ha financiado se-



Ideas del Tea Party.
El movimiento ha hecho campaña negando el calentamiento global

CONSULTE EL ESPECIAL INFORMATIVO SOBRE MEDIO AMBIENTE EN www.lavanguardia.es/a_fondo