

# Cuando lo sostenible solo es marketing

A los **consumidores conscientes** nos preocupan las malas prácticas como la **deforestación**, la **contaminación**, la **sobreexplotación de recursos**, el expolio de tierras o la violación de derechos humanos. Nos gustaría librar al mundo de esto. Por eso “queremos cosas que no estén relacionadas con la explotación”, dice el **director austriaco Werner Boote**.

Buscamos **productos sostenibles** y justos. “Pero no conseguiremos leyes solo con nuestra compra”, porque en el sistema actual las vidas humanas y el planeta no importan. “El consumismo lo esconde todo bajo una capa de algodón de azúcar”, matiza el autor del documental [The Green Lie](#) (La mentira verde), estrenado en 2018.

‘**The Green Lie**’ aborda el marketing, las relaciones públicas y la responsabilidad social corporativa de las grandes empresas que enarbolan **tendencias ahora en auge como las prácticas verdes**.

En su periplo por Austria, Indonesia, Estados Unidos, Brasil y Alemania junto a la ambientalista [Kathrin Hartmann](#), Werner investiga **qué hay detrás de la sostenibilidad de productos icono** como ahora el coche “eco” eléctrico, un derroche de CO2.

Y lo que descubre es que “**la mentira verde**” fue fabricada a principios de los 70, cuando empezó la preocupación de la población por el medio ambiente, algo a lo que los sistemas de poder, basados en el control del capital, debían responder.

## “Los gobiernos y las instituciones

# son meros títeres de la industria”

Esto lo explica **el lingüista Noam Chomsky**, que se convirtió en la conciencia crítica de Estados Unidos al oponerse a la guerra de Vietnam, apoyar la publicación de los papeles del Pentágono y denunciar la guerra sucia de Ronald Reagan.

El nonagenario, durante años ligado al MIT (Massachusetts Institute of Technology), revela que “los gobiernos y las instituciones son meros títeres de la industria”, por lo que **los ciudadanos debemos pasar a la acción.**

La fórmula que propone para “eliminar la necesidad de recurrir a la mentira verde” es **someter el sistema de poder al control popular** para crear **una democracia real**, sin jerarquías, lo cual respalda Werner al sugerir que “el poder de las empresas debe llegar a su fin”.

## No estamos solos aunque hayamos estado desconectados

No basta con cambiar la cesta de la compra sino la manera de producir y de considerar nuestras necesidades. Por eso las manifestaciones en las que se pide “**justicia climática**” están echándose a las calles de todo el mundo.

[#FridaysForFuture](#), [Extinction Rebellion](#) o [The Green Deal](#) son algunos de los **movimientos multitudinarios mundiales** más activos que pretenden **frenar la mentira verde** y el expolio institucionalizado del medio ambiente.

Ya decimos en voz alta que compramos cosas que no necesitamos y empezamos a ver que “no estamos solos”, aunque hayamos llegado hasta aquí “desconectados de nuestro poder” por haber creído que solos no podríamos hacer nada. Pero todo está conectado, explica el cineasta.

# **Etiquetas verdes teñidas de injusticia y nuevas fuentes de CO2**

**Brasil** es presentado como escaparate del funcionamiento del sistema económico mundial. Fuente de recursos como el maíz, la soja, la caña de azúcar y la carne, **muchas de las etiquetas verdes salen de tierras expropiadas a pueblos indígenas** por sus dirigentes corruptos para que los grandes agronegocios puedan prosperar.

Y en **Indonesia**, la European Palm Oil Alliance, que está vinculada a la industria, vende como sostenible el **aceite de palma** para desligarse de la tala de árboles e incendios forestales que están destruyendo rápidamente la selva tropical y las formas de vida tradicionales.

Esto pone en bandeja la **crítica hacia las etiquetas y certificaciones que inventan las empresas** según sus intereses. Habrá que vigilar quién es quién en el **gran mercado sostenible** y eco.

This content was originally published [here](#).