

UN DESTINO COMÚN



**Reenmarcando la aviación para
garantizar su aterrizaje seguro y sentar
las bases de una economía justa**



Todo tiene su propia historia.
Cambia la historia, cambia el mundo.
Terry Pratchett

CÓMO EMPLEAR ESTA GUÍA

El objetivo de esta guía es replantearnos la forma en la que pensamos, hablamos y escribimos sobre la industria de la aviación y el impacto que genera en las personas y el planeta.

El capítulo uno, la **Introducción** (p. 5), describe los objetivos y el enfoque de este informe y los objetivos del proyecto más amplio del que forma parte. Es un buen comienzo para explorar los conceptos en los que se basa este proyecto de reformulación. Si te interesa conocer la importancia de luchar por la reducción del tráfico aéreo, los impactos climáticos y sociales de este o cómo está evolucionando la opinión pública sobre este asunto, lee el **capítulo dos: La emergencia climática y el papel de la aviación** (p. 13). Esta sección también es recomendable si es la primera vez que haces campaña contra la aviación, ya que aporta información y cifras acerca de los motivos por los que esta industria es incompatible con un planeta que quiere prosperar y defiende por qué, para tener éxito, es importante aplicar la perspectiva de la justicia climática. Si buscas inspiración para tu campaña ambiental, bucea en los nuevos relatos y las historias del **capítulo tres:**

Nuevos discursos para replantear la aviación y la economía (p. 37). Este episodio expone lo que supone una nueva economía basada en el bienestar, los cuidados y un sistema de movilidad sostenible*. También incluye cinco nuevas narrativas (p. 41) que constituyen la parte más importante de esta guía. Y, por último, para pasar a la acción y ayudar a los demás a imaginar una nueva manera de vivir, trabajar y permanecer unidas, el **capítulo cuatro: Cómo utilizar las nuevas narrativas** (p. 73) esboza herramientas útiles y consejos prácticos para replantear el concepto de la aviación y argumentar por qué debemos establecer ya los cimientos de un planeta justo y una economía del bienestar.

* En toda la guía hablamos de «movilidad» en lugar de transporte, para recalcar que el transporte no es un fin en sí mismo, sino una herramienta para satisfacer necesidades.

Las cinco narrativas y cómo encontrarlas

Este informe se estructura en torno a nuestras cinco narrativas donde se señalan los problemas de la industria de la aviación y cómo podemos evolucionar hacia otro sistema de movilidad. Las puedes encontrar a partir de la página 41.



LA CODICIA DE LA AVIACIÓN

Sobre cómo la industria de la aviación prioriza sus beneficios sobre el futuro de la gente y del planeta (página 42).



UN DESTINO COMÚN

Sobre los motivos por los que, en nuestro hogar planetario común, no necesitamos más tráfico aéreo ni turismo para prosperar (página 46).



VERDE SIGNIFICA EN TIERRA

Sobre por qué las promesas de la industria son solo mentiras verdes y cómo la movilidad puede llegar a ser verdaderamente sostenible (página 52).



UN ATERRIZAJE SEGURO

Sobre por qué las personas que trabajan en la aviación necesitan una transición planificada y cómo podemos enfocar el futuro (página 58).



DISFRUTAR DEL VIAJE

Sobre las alternativas que tenemos a viajar en avión y por qué viajar nos gustará más (página 62).



INTRODUCCIÓN

Durante décadas, la industria de la aviación ha invertido miles de millones en proyectar una imagen positiva de sí misma y, por ello, es fácil caer en la trampa de debatir el futuro de este sector siguiendo sus propios términos manipulados.

Esta guía proporciona ayuda para escapar de dicha trampa y facilitar a sus lectores las herramientas para arrojar luz sobre la aviación e iluminar sus realidades: la desigualdad de esta industria dentro y fuera de las fronteras; las vidas y los sustentos destruidos a causa de la expansión aeroportuaria y los proyectos de compensación de emisiones de la industria; los esfuerzos del lavado verde (greenwashing) de una industria en crisis aferrada a su *statu quo*; y, lo más importante, los beneficios que podemos tener si construimos unos sistemas de movilidad más equitativos y seguros para el clima en el ámbito global.

Las páginas de esta guía son herramientas de apoyo para activistas y otros actores para ayudar a replantear nuestra comprensión colectiva de la aviación en la economía mundial. Su finalidad es servir de apoyo para mejorar nuestra forma de construir mensajes y marcos sobre el transporte aéreo y los impactos globales que produce la aviación sobre las personas y el planeta. Se trata de impulsar el cambio y conectar con un público variado y diferente de una manera positiva y significativa. Por último, se pretende demostrar que un mundo mejor es posible y que existen alternativas al transporte aéreo, al insostenible sistema económico actual y a los modos de vida insostenibles.

¿Qué queremos expresar con el concepto de «replantear»? Nos referimos a que, si la imagen mental que comúnmente se tiene sobre el concepto de volar es la de algo fascinante, nuestra tarea es cambiar ese marco mental y formular uno más realista donde se considere el daño que la aviación está causando a la gente, a las personas trabajadoras, a las

comunidades y al planeta. Esto significa reflexionar sobre la forma en la que hablamos de, describimos y mostramos a la industria aeronáutica para que cada cual pueda elegir de forma consciente cómo piensa, siente y actúa en relación con ella.

Todos tenemos imágenes mentales que pueden generar sensaciones emocionales intensas, entre ellas, las relacionadas con la industria de la aviación y el hecho de volar. Estos sentimientos pueden ser positivos, neutros o negativos, pero también complejos, conflictivos y variar a lo largo del tiempo en respuesta a presiones sociales, dinámicas políticas o nuestro concepto sobre el mundo. La cuestión es que lo que influye en lo que sentimos sobre algo tiene determinadas bases; ha sido moldeado o «enmarcado», a menudo por elementos de los que quizá no seamos conscientes, como el relato de los medios de comunicación, la publicidad y el marketing.

Ahora es el momento de embarcarse en un proyecto de reflexión, de replantearnos esa realidad. En 2020, el tráfico aéreo se detuvo casi por completo durante varios meses debido a la pandemia, y las aerolíneas se sumergieron en una crisis. Durante el primer año de la pandemia por Covid-19, el número de vuelos diarios descendió de los casi 110 000 hasta los 50 000 de media.¹ En lugar de emplear el dinero de las y los contribuyentes en rescatar a las aerolíneas, habría sido la ocasión perfecta para que los gobiernos mundiales cambiaran el rumbo del sistema hacia uno más justo y sostenible en cuanto a la movilidad. Si comparamos el perjuicio que provoca el transporte aéreo con respecto a sus beneficios, y teniendo en cuenta la urgencia de abordar de

una manera seria la crisis climática, no debería haber existido otra opción. Aun así, los gobiernos no aprovecharon esta oportunidad.

Pero, ¿por qué? A pesar de que el sector de la aviación no fue el único en recibir apoyo gubernamental durante la pandemia, la cantidad de fondos públicos que ha recibido es un ejemplo de los mayores errores de nuestro actual sistema de movilidad y modelo económico. Muchos de estos rescates financieros fueron concedidos a la industria sin ninguna exigencia de cambio, a pesar de que la industria de la aviación encarna gran parte de las injusticias que se encuentran tras la crisis climática y la desigualdad social. Es un sector en crecimiento y que se expande de manera constante, prestando servicio únicamente a una privilegiada parte de la humanidad en detrimento de la mayoría.

En 2022, la guerra de Rusia contra Ucrania y sus consecuencias sobre la economía y la política energética han demostrado una vez más las vulnerabilidades del sistema económico capitalista basado en combustibles fósiles. Necesitamos más cooperación y solidaridad para llegar a nuestro destino común: un mundo pacífico, justo y sostenible.

Sin embargo, la aviación constituye una parte fundamental de un sistema de movilidad desvinculado de las necesidades de la mayoría de la gente y de las posibilidades del planeta. Con esta guía esperamos proveer al mayor número posible de gente con las herramientas necesarias para replantear el concepto de la aviación, compartir narrativas positivas y empoderantes sobre cómo dirigir la aviación hacia un aterrizaje seguro y sentar las bases de una nueva economía.

NUESTRA TEORÍA DEL CAMBIO

Una teoría del cambio describe lo que consideramos que es necesario hacer para lograr los cambios deseados en la sociedad, así como cuál es nuestro papel durante ese proceso. Este enfoque resulta de gran utilidad para activistas y organizaciones de la sociedad civil a la hora de diseñar grandes estrategias y tomar decisiones sobre acciones concretas.

La teoría en la que se basa esta guía se centra en el poder del discurso y la importancia de las grandes narrativas: ¿cómo pensamos y hablamos sobre el mundo, y cómo influye esto en generar cambios concretos en las esfe-

ras política y social? Nuestro mundo no está únicamente determinado por los pensamientos y el lenguaje. Las acciones tangibles, las instituciones y las infraestructuras físicas ejercen su papel también. Aun así, **no hay duda de que para construir un mundo mejor es necesario tener una visión clara de cómo es ese mundo.**

No estamos de acuerdo con la falsa disyuntiva entre el cambio de conducta individual y el cambio de sistema. La urgencia de la crisis climática y la escala del cambio que se requiere implican que el privilegio de elegir entre uno u otro ha desaparecido hace mucho tiempo, especialmente en el Norte Global.* Necesitamos ambos tipos de cambio, no solo porque generan un impacto y son relevantes para la transformación, sino porque además se refuerzan mu-

tuamente, ya que la forma de comportamiento de los individuos y cómo se proyecta sobre nuestros sistemas están relacionados por naturaleza; el cambio sistémico está constituido, en parte, por muchas acciones de cambio individual, a través de dinámicas sociales y culturales, mientras que, a su vez, los sistemas refuerzan ciertos tipos de comportamientos y delimitan el ámbito de cambio de cada persona. Los sistemas moldean a los individuos, limitados dentro y a través de ellos, influyendo a su vez como ciudadanas, como personas usuarias, y de manera significativa, en cuanto a sus actuaciones sociales. Nuestra estrategia busca la mejora de acción por medio del empoderamiento conectando comunidades a través de las regiones y los contextos, desenchando cambios sistémicos.

* La terminología del concepto de Sur y Norte Global para describir a las regiones más pobres frente a las más industrializadas, respectivamente, tiene su origen en un discurso académico y refleja ambigüedad, por lo que recomendamos evitarlo en la medida de lo posible y sugerimos señalar nombres específicos de los países o sitios en su lugar. Además, se puede realizar una crítica justificada a la división retórica del mundo en las dos partes. No obstante, por su valor analítico, recurrimos a estos términos en algunos casos.

QUEREMOS ...

- Conseguir un verdadero cambio social que nos encamine hacia una sociedad y economía que permitan prosperar a las futuras generaciones. Nos centramos sobre todo en la aviación como un grave ejemplo de la nociva injusticia climática;
- modificar aquello que es políticamente posible, tanto lo que se considera beneficioso para la sociedad como lo que se necesita dejar atrás;
- fortalecer y enlazar discursos que puedan contribuir a dicho cambio;
- aumentar y consolidar el conocimiento y las habilidades necesarias en nuestras redes para generar una comunicación efectiva;
- Trabajar con las comunidades que se encuentran en primera línea del cambio climático;
- apoyar a los colectivos más afectados compartiendo sus historias y luchas conseguidas.

Y PARA CONSEGUIRLO ...

- Analizamos las narrativas relevantes y resaltamos qué valores, creencias e historias subyacen tras ellas;
- producimos narraciones positivas que refuercen nuestros propios valores, puntos de vista y objetivos de manera que se popularicen entre la gente;
- colaboramos con socios contando con sus experiencias y puntos fuertes únicos, y aprendemos unos de los otros;
- trabajamos y escuchamos de manera atenta a las personas y los grupos que han sido marginados, para aprender de ellos e intentar no generar desigualdades;
- creamos espacios de intercambio y de aprendizaje mutuos dentro de nuestras redes y nuestros proyectos, así como en otros ámbitos;
- incentivamos y realizamos acciones concretas para conseguir que nuestras narrativas sean tangibles, y visibilizamos nuestras historias y luchas.

SOBRE STAY GROUNDED

Stay Grounded es una red global integrada por más de 180 organizaciones miembro. Éstas incluyen iniciativas de oposición a aeropuertos locales, movimientos de justicia climática, organizaciones no gubernamentales, sindicatos, centros académicos, grupos que promueven alternativas de transporte a volar y organizaciones que apoyan a aquellas comunidades en lucha contra los proyectos de compensación de emisiones o de cultivos de agrocombustibles.

La red comenzó a formarse en 2016, año en el que una deficiente estrategia global para abordar el impacto climático de la aviación (CORSIA) fue lanzada por el organismo de aviación de la Organización de las Naciones Unidas, OACI. Se organizaron diversas protestas por todo el mundo de

manera simultánea y quedó claro que forjar alianzas es de suma importancia para intercambiar experiencias, apoyarse mutuamente, visibilizarse e involucrar a más gente interesada. Se demostró que las luchas en contra de los aeropuertos locales (conocidas como el movimiento *not in my yard*, cuya traducción al castellano sería «no en mi patio») no representan casos aislados, sino que se relacionan con el crecimiento masivo global de la aviación, los injustos subsidios que recibe la industria y la propuesta de soluciones falsas como las compensaciones y los agrocombustibles.

Para más información: stay-grounded.org

EL PROYECTO

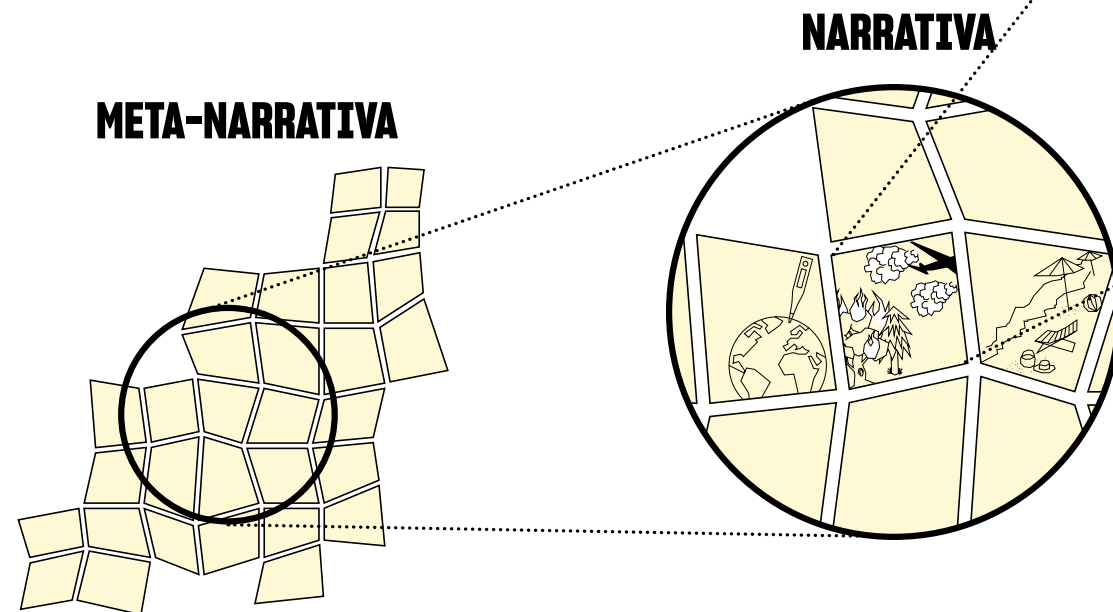
El proyecto «Replantear, repensar, remodelar» está liderado por la red global **Stay Grounded** y su objetivo es aunar la experiencia, la diversidad y el alcance de esta red con la visión de la comunicación climática transformadora. Esta guía ha sido elaborada por Stay Grounded junto con el centro de estudios **New Weather Institute**. Los colaboradores en **España (Ecologistas en Acción)**, en **Francia (Résistance Climatique)** y en **Alemania (ROBIN WOOD)** dieron soporte al proyecto aportando su experiencia y también han traducido la guía al castellano, francés y alemán adaptando el contenido a sus necesidades particulares y contexto local.

Desde el principio, era importante que este proyecto estuviera orientado a satisfacer las necesidades de quienes van a trabajar con la guía, y que incluyera su experiencia. Aunque

el proyecto tiene un enfoque europeo, también queríamos adoptar una visión lo más global posible sobre los problemas existentes para garantizar que la guía resulta de utilidad a un movimiento diverso y en crecimiento de ciudadanas, líderes de comunidades y otros actores que promueven el cambio, así como personas dedicadas a comunicar sobre el cambio climático. Sin embargo, somos conscientes de nuestras limitaciones. Por ello, se ha prestado una atención especial a la inclusión de perspectivas ajenas a los cinco socios europeos del proyecto y a reconocer las realidades de las comunidades que están en primera línea en todo el mundo. Esto se logró, en parte, a través de múltiples rondas de comentarios y entrevistas con otras personas expertas, con un especial énfasis en las opiniones de los países del Sur.

UNA NOTA SOBRE LOS MARCOS

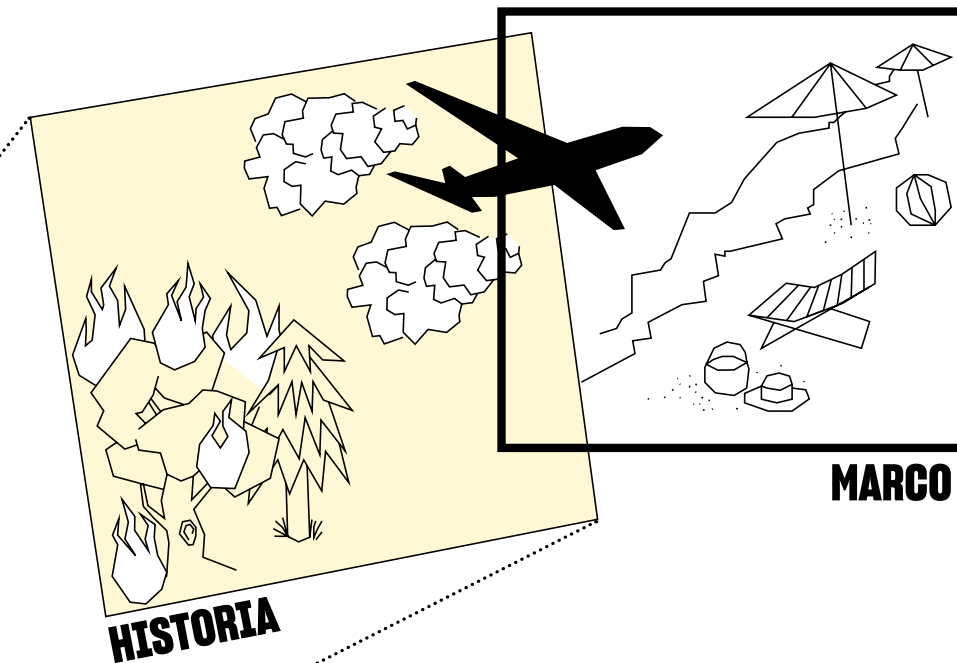
¿De qué hablamos cuando nos referimos a la creación de nuevos marcos?



El lenguaje importa: a través de él entendemos el mundo que nos rodea. Todas las luchas sociales y políticas compiten por el corazón y la mente de las personas, y el lenguaje es la clave para conseguirlo. Los hechos también son importantes, por supuesto. Pero cuando se exponen sin tener en cuenta el marco más amplio al que pertenecen, incluso las estadísticas más alarmantes resultan inefectivas, sin importar cuánto pueden reforzar nuestras ideas o metas.

A lo largo de esta guía utilizamos de manera frecuente algunos términos como: **narrativa, historia, marco y metáfora**. Todos ellos son de relevancia para activistas y responsables de campañas, pero a menudo son entendidos de manera diferente, se confunden y a veces se utilizan de manera indistinta.

Una **narrativa** es un sistema de historias que se basa en algunas ideas y creencias principales. Las narrativas se originan a partir de historias y han de mantenerse activas. Son sumamente poderosas: se entienden desde lo emocional y no necesitan ser explicadas. A diferencia de las historias, no requieren ni un principio ni un final, son continuas, se van desarrollando y admiten libre interpretación. Una narrativa que vemos a menudo es que el crecimiento económico puede llegar a ser «ecológico», una afirmación que no está respaldada por pruebas.²



Algunas narrativas están fuertemente arraigadas en nuestras culturas y juegan un papel fundamental a la hora de determinar cómo nuestras sociedades y economías se estructuran y organizan. Estas a menudo se conocen como **metanarrativas**, grandes relatos o cosmovisiones. Un ejemplo de la metanarrativa es el concepto de «progreso», esto es, la creencia de que la «humanidad» se encuentra en una continua mejora fundamentalmente gracias a los avances tecnológicos, la innovación y la iniciativa empresarial. Algunas de estas narrativas son las que interfieren en los «discursos sobre el retraso climático» empleados para posponer la acción contra la destrucción del planeta según demuestran los estudios.³

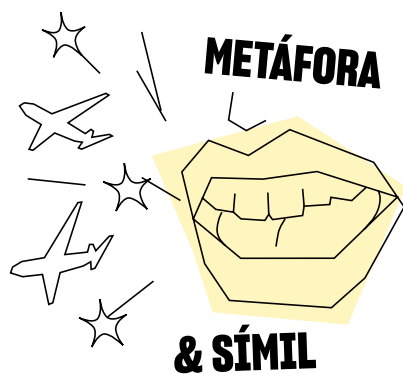
Una **historia** es un relato determinado sobre un hecho que le ha sucedido a alguien o a algo, real o imaginario. Trata el cómo, el cuándo y el dónde de una situación. A diferencia de una narrativa, una historia es un relato cerrado con un principio y un final definidos. Las historias cuentan con protagonistas y antagonistas, pueden describir las luchas del bien sobre el mal y contener lecciones para aquellos que las escuchan. Pueden crear imágenes y anticipar acciones futuras.⁴ Son capaces de verbalizar ideas, valores, creencias y emociones. También pueden, y deberían, ser entretenidas, cautivadoras e incentivar al ser humano a contarlas una y otra vez.

La organización Narrative Initiative explica la relación entre narrativas e historias de la siguiente manera:

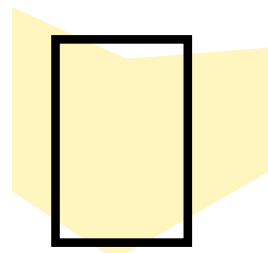
Los azulejos son a los mosaicos lo que las historias a la narrativa. La relación es simbiótica: las historias dan vida a las narrativas al hacerlas cercanas y accesibles, mientras que las narrativas infunden en las historias un significado profundo.⁵

Los azulejos son a los mosaicos lo que las historias a la narrativa
Narrative Initiative

El **marco** describe el proceso de integración de la información, los acontecimientos y los temas en las estructuras interpretativas. Realizado de una manera consciente, el marco puede presentar hechos teniendo en cuenta ciertos valores y narrativas.⁶ El efecto de los marcos ha sido analizado ampliamente, desde el campo de la neuropsicología hasta las lingüísticas aplicadas, y muestra que ciertos términos y expresiones activan los patrones de interpretación y las conexiones en el cerebro. Estos patrones definen cómo percibimos la información: por ejemplo, según se plantee una pregunta en un sondeo, puede provocar que las personas encuestadas respondan de una manera determinada.⁷ Al ocurrir de manera subconsciente, para la comunicación política es muy importante expresar los mensajes de forma que estén alineados con las necesidades de los valores y las campañas. Pero, desafortunadamente, es algo difícil de llevar a cabo. Los actores más poderosos, a menudo dotados con recursos sustanciales, suelen ser capaces de hacer prevalecer sus propios marcos, libres de obstáculos e inhibiciones. Esto provoca un impacto generalizado, en el que los marcos de estas poderosas fuerzas se reafirman y se refuerzan sin miramientos.



REENMARCAR



Según la teoría de los **marcos de acción colectiva**, los movimientos sociales deben conseguir la adhesión de la gente por medio de tres tipos de marco: los marcos de diagnóstico que identifican y explican el problema; los marcos de pronóstico que indican cómo se pueden mejorar las cosas; y los marcos motivacionales, que hacen un llamamiento ciudadano para participar en acciones colectivas.⁸ Las campañas necesitan estos tres marcos para garantizar el éxito.

Una **metáfora** es una figura retórica que se refiere a una cosa en términos de otra. Puede ofrecer claridad, enmascarar o mostrar similitudes ocultas entre dos ideas distintas. Las metáforas pueden hacer que cosas que de otra manera resultan abstractas o indiferentes, lleguen a ser tangibles, entendibles y accesibles para la gente. Estas figuras retóricas no solo tienen relevancia en el aspecto estilístico, sino también en el cognitivo. En su libro «Metaphors We Live By», George Lakoff y Mark Johnson revelan la existencia de múltiples metáforas que circulan en nuestra sociedad, creadas al albur de una particular visión del mundo. Un ejemplo podría ser la expresión «el tiempo es oro».⁹

Y, por último, un **símil** es otra figura retórica que realiza una comparación directa entre dos cosas relacionadas a través de la palabras «como», por ejemplo. Al igual que las metáforas, los símiles pueden hacer las cosas más vívidas, accesibles y entendibles.

La historia no es la trama, sino el relato
Ursula K. Le Guin

La teoría del **marco** fue popularizada por George Lakoff en su libro «No pienses en un elefante» («Don't think of an Elephant», título original)¹⁰, donde se explora cómo los marcos políticos pueden emplearse para influenciar y manipular la opinión pública y las lealtades políticas. Tiene sus orígenes en la década de los setenta y principios de los ochenta, tiempo en el que el interés por la lingüística y la teoría posmodernista que, a través de la «deconstrucción», buscaba demostrar los particulares mecanismos subyacentes que originan nuestro concepto de realidad y el porqué de las cosas aceptadas como «normales». Por ejemplo, imaginemos si toda gran obra filosófica empleara el pronombre «ella» para hacer referencia a una persona de manera normalizada.

Al **reenmarcar** algo, intentamos cambiar el discurso que lo rodea y todos los significados vinculados a esa forma específica de ver el mundo. La acción de reformular o volver a enmarcar es un proceso en el que se ayuda a los demás a pensar y comprender temas, problemas o ideas desde una perspectiva diferente. Es una invitación a tener una nueva visión del mundo en la medida en que nuestras imágenes están libres de las restricciones impuestas por las convenciones sociales, culturales o políticas. Para cambiar el mundo, debemos ser capaces de identificar formas de concebirlo de manera diferente, y a menudo esto no es más que una cuestión de perspectiva.

NUESTRAS METÁFORAS

A lo largo de este documento empleamos dos metáforas: «**guiar la aviación hacia un aterrizaje seguro**»* y «**sentar las bases para una movilidad sostenible y una economía justa**»**.

Con la primera metáfora indicamos cómo la industria de la aviación debe bajar de la altura en la que se encuentra y que un aterrizaje seguro, incluyendo una transición justa para los trabajadores del sector, todavía es factible. La alternativa –seguir volando a tal altitud y tan rápidamente– nos aboca a estrellarnos. Dicho de otra forma, el crecimiento de la industria de la aviación a día de hoy es insostenible y acabará, ya sea de manera tranquila y planificada o de manera traumática.



Un aterrizaje seguro significa no dejar a nadie atrás en la transformación

La segunda metáfora deja claro que nuestros sistemas de movilidad y de economía no son elementos inalterables, sino que son susceptibles de ser modificados. Podemos en efecto sentar los nuevos cimientos que nos lleven hacia un futuro sostenible y digno. Depende de nosotros.

* Tanto el objetivo como los efectos de esta metáfora han sido descritos en el muy recomendable informe «Framing the Economy»¹¹ (traducido al castellano como «Enmarcando la economía», emitido por la organización New Economics Foundation). Las campañas llevadas a cabo con similar enfoque por parte de Stay Grounded junto con sus miembros y en varios idiomas también han contribuido a crear esta guía.

** Esta metáfora se inspira en la iniciativa Safe Landing, que pone en contacto a los trabajadores del transporte aéreo que trabajan para reducir de forma sostenible su industria y el impacto climático que provoca.

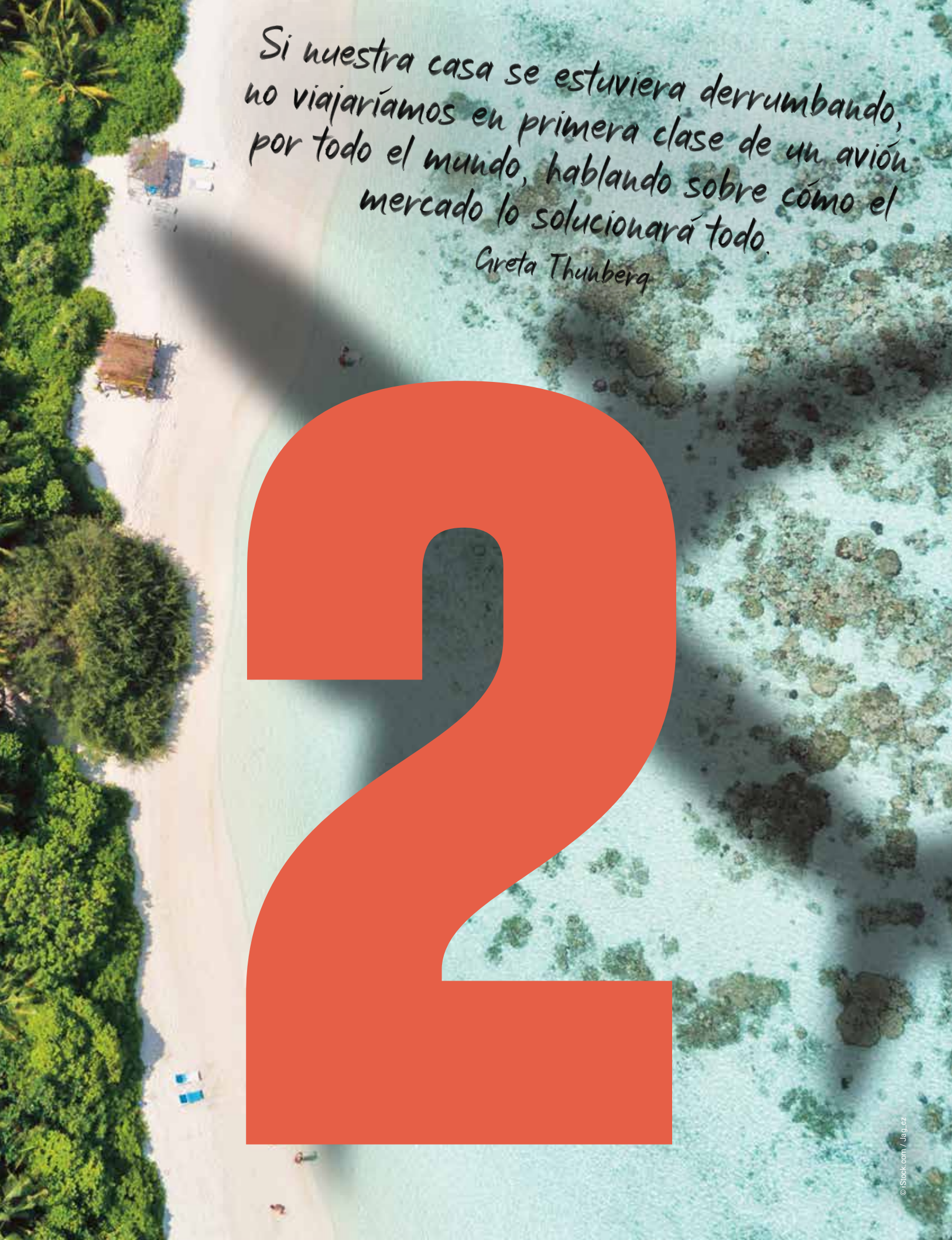


Sentar las nuevas bases significa que podamos dar forma colectivamente a nuestra sociedad y economía

FUENTES

- ¹ IATA (2021): Industry Statistics Fact Sheet. bit.ly/IndustryFactSheets
- ² Hickel & Kallis (2019): Is Green Growth Possible? bit.ly/IsGreenGrowthPossible
- ³ Lamb et al. (2020): Discourses of climate delay.
- ⁴ Canning & Reinsborough (2017): Re:Imagining Change.
- ⁵ Narrative Initiative (2017): Toward New Gravity.
- ⁶ Lakoff (2010): Why it Matters How We Frame the Environment.

- ⁷ Tversky & Kahneman (1981): The Framing of Decisions and the Psychology of Choice.
- ⁸ Benford & Snow (2000): Framing Processes and Social Movements.
- ⁹ Lakoff & Johnson (1980): Metaphors We Live By.
- ¹⁰ Lakoff (2004): No pienses en un elefante.
- ¹¹ New Economics Foundation (2018): Framing the Economy.



*Si nuestra casa se estuviera derrumbando,
no viajaríamos en primera clase de un avión
por todo el mundo, hablando sobre cómo el
mercado lo solucionará todo.*

Greta Thunberg

LA EMERGENCIA CLIMÁTICA Y EL PAPEL DE LA AVIACIÓN

La magnitud de la crisis climática no deja de crecer y la aviación está contribuyendo considerablemente a ello, a pesar de que solo beneficia a una pequeña parte de la población mundial. A continuación se presentan los datos más importantes de la crisis climática, sus injusticias y el papel que la aviación juega en ella.

Volar es la forma más rápida de acelerar el calentamiento global¹ y se ha convertido en algo normal para una parte relativamente pequeña de la población mundial, mientras que un número aún menor de personas se beneficia de ello.

Los excesos de la industria de la aviación perjudican a la mayoría de las personas: las costas están desapareciendo, el tráfico aéreo invade los cielos y mucha gente están siendo desplazada de sus propias tierras debido a la constante expansión aeroportuaria, la extracción del petróleo² y el cultivo de agrocombustibles (véase el reportaje en la pág. 56). La mayoría de estas comunidades nunca verán ningún beneficio de este crecimiento, el cual se aprovecha del planeta en el que vivimos.

La mayoría de la población entiende que la situación no puede continuar así. Sin embargo, no podemos conseguir un verdadero cambio actuando de manera individual. Es por ello que debemos unirnos para conseguirlo. Esto es tan aplicable al transporte aéreo y a la movilidad como a todos los demás ámbitos de la economía mundial. Conlleva numerosos y variados pasos: cambiar nuestra propia actitud y hablar sobre ello con otras personas, tomar decisiones políticas correctas, crear alternativas de manera conjunta y arriesgarse a proteger las vidas y los medios de subsistencia de las personas, teniendo en cuenta el presente y el futuro. No es tarde para actuar, pero hemos de movilizarnos rápidamente. Ha llegado el momento de pasar a la acción.

HECHOS Y CIFRAS DE LA AVIACIÓN Y LA CRISIS CLIMÁTICA

La importancia de conseguir la justicia climática y aprovechar el deseo actual de cambio destaca especialmente cuando se tienen en cuenta los abusos de la industria de la aviación. La desigualdad de acceso al hecho de volar, los impactos medioambientales, el riesgo para la salud, las consecuencias sociales de su continua expansión, al igual que las organizaciones de empresarios que lo respaldan permitiendo que una pequeña minoría se beneficie de las ganancias, son claros ejemplos de las **injusticias, opresiones** y las **irregularidades** existentes en la economía global.

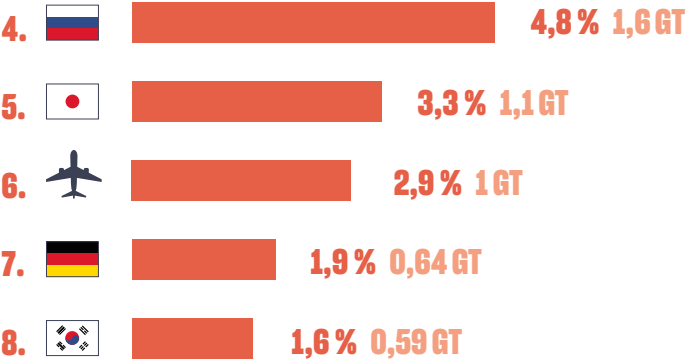
Para replantearse el marco en el que se sitúa la industria de la aviación, debemos responder a una pregunta muy sencilla: «¿por qué la aviación?». Podemos encontrar respuesta a esta cuestión en la siguiente sección, en la que se presentarán los datos de la industria de la aviación y el tráfico aéreo global, ofreciendo a los lectores información actualizada en los ámbitos de la ciencia, la reflexión y la estadística para argumentar de manera proactiva y eficaz sobre **por qué necesitamos que la industria de la aviación realice un aterrizaje seguro como medio para poner fin a la catástrofe climática.**

Comparado con el tamaño de la industria de la aviación y el número de personas que vuelan, su impacto medioambiental es tremendo y su continua expansión está consumiendo rápidamente nuestras reservas de carbono. **En 2018, las previsiones más optimistas sobre la contribución de la aviación al calentamiento global fueron del 5,9 %.**³ Dicho de otra manera, si la aviación fuera un país, estaría entre el 5º y el 7º Estado más contaminante del mundo.⁴

Para empeorar aún más la situación, la contaminación generada por la aviación va en aumento. Desde 1980, las emisiones se han duplicado a nivel global.⁵ **Entre 2013 y 2019 las emisiones producidas por los aviones de pasajeros aumentaron un 33 %, lo que supera las medidas de eficiencia del combustible al menos un factor de cuatro.**⁶ Esto no solo va en contra de los numerosos compromisos y promesas incumplidas por parte de la industria de la aviación en cuanto

SI LA AVIACIÓN FUERA UN PAÍS

1. China, 2. EE.UU., 3. India



% de emisiones globales de CO₂ en 2019
Gigatoneladas de CO₂

Si la aviación fuera un país, sería uno de los principales emisores, justo por detrás de Japón y delante de países como Alemania y Corea del Sur.

Fuentes:
Emisiones de la aviación: Klöwer et al. (2021): bit.ly/AviaCont
Emisiones por país: IEA Atlas of Energy: bit.ly/IEAEnergyAtlas

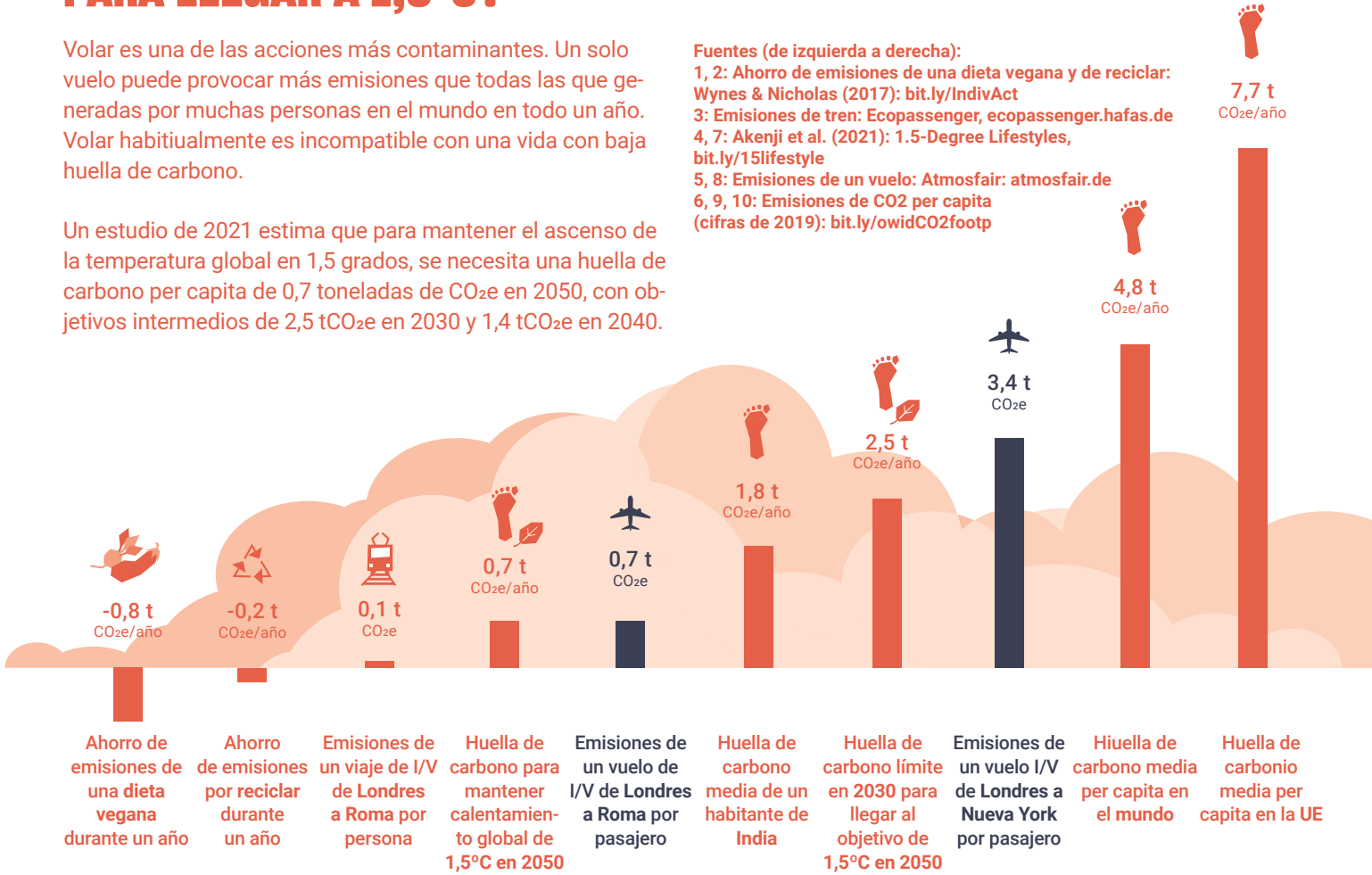
a su impacto medioambiental, sino que también significa que otros sectores económicos **de los que dependen muchas personas**, como es la agricultura o la vivienda, tendrán que descarbonizarse más rápidamente y de manera más intensa para permitir los excesos de la aviación.

¿ES VOLAR COMPATIBLE CON EL ESTILO DE VIDA NECESARIO PARA LLEGAR A 1,5°C?

Volar es una de las acciones más contaminantes. Un solo vuelo puede provocar más emisiones que todas las que generadas por muchas personas en el mundo en todo un año. Volar habitualmente es incompatible con una vida con baja huella de carbono.

Un estudio de 2021 estima que para mantener el ascenso de la temperatura global en 1,5 grados, se necesita una huella de carbono per capita de 0,7 toneladas de CO₂e en 2050, con objetivos intermedios de 2,5 tCO₂e en 2030 y 1,4 tCO₂e en 2040.

Fuentes (de izquierda a derecha):
1, 2: Ahorro de emisiones de una dieta vegana y de reciclar: Wynes & Nicholas (2017): bit.ly/IndivAct
3: Emisiones de tren: Ecopassenger, ecopassenger.hafas.de
4, 7: Akenji et al. (2021): 1.5-Degree Lifestyles, bit.ly/15lifestyle
5, 8: Emisiones de un vuelo: Atmosfair: atmosfair.de
6, 9, 10: Emisiones de CO₂ per capita (cifras de 2019): bit.ly/owidCO2footp



EL IMPACTO CLIMÁTICO DE LA AVIACIÓN: MÁS QUE CARBONO.

Durante años, la industria de la aviación afirmó que tan solo era responsable del 2 % de las emisiones generadas por el ser humano, una cifra que se menciona de manera constante para restar importancia tanto al impacto de la aviación como a la necesidad de actuar. La realidad es que ya solo las emisiones de CO₂ provocadas por la aviación suponen un 2,4 % de todo el carbono emitido por el ser humano a nivel mundial en 2018.⁷ Si

incluimos las emisiones generadas por la distribución del combustible destinado al sector de la aviación, esta cifra se convierte en un 2,9 %.⁸

Pero el impacto global de la aviación sobre el clima se debe a algo más que al carbono. La quema de queroseno en altura también genera estelas químicas, nubosidad inducida y derivados del óxido de nitrógeno que, aunque de corta duración, se sabe que aumentan la influencia de la aviación en el calentamiento global. Si se tienen en cuenta estos impactos adicionales al CO₂, **la responsabilidad de la industria en el calentamiento global es aproximadamente tres veces mayor que las emisiones de CO₂ por sí solas.**⁹ Sumando estos impactos climáticos no relacionados con el CO₂ generados por la aviación,

se ha calculado que en 2018 la contribución de la aviación al calentamiento global fue del 5,9 % de todas las emisiones de gases de efecto invernadero de origen humano de ese año.¹⁰ En total, la aviación es responsable del 4 % del calentamiento global hasta la fecha.¹¹

Se trata de una magnitud enorme, teniendo en cuenta que dicho impacto es causado por una proporción realmente pequeña de personas que vuelan en el mundo. **Si se vuelven a registrar las tasas de crecimiento del sector previas a la pandemia de la Covid-19, como así lo espera la industria, solo el tráfico aéreo añadiría 0,1°C al calentamiento global para 2050.**¹² No podemos dejar que esto suceda.

LA DESIGUALDAD DE LA AVIACIÓN

El porcentaje de emisiones globales provenientes de la aviación se vuelve incluso más cuestionable cuando nos preguntamos: «¿quién vuela?». A los publicistas y a los anunciantes de la industria les gustaría que nuestra respuesta fuera «la mayoría de la gente». Pero la realidad no es esa. El avión no sólo es el medio de transporte que más energía consume, sino que también es el más desigual si tenemos en cuenta el coste, las políticas de inmigración

restrictivas y las accesibilidad a las opciones al transporte aéreo.¹³ El hecho de tomar un vuelo puede generar tanto CO₂ como la emitida por mucha gente en todo un año.¹⁴ Aunque las estimaciones varían, los vuelos son accesibles solamente para una pequeña parte de la gente, teniendo en cuenta que aproximadamente el 80 % de la población global nunca ha cogido un vuelo comercial.¹⁵ En cambio, **en 2018, únicamente el 1 % de la población mundial fue responsable del 50 % de las emisiones globales generadas por la aviación.**¹⁶ Diez países son responsables del 60 % aproximadamente del total de las emisiones de CO₂ atribuidas a la industria

de la aviación y el 86 % se le atribuye a treinta países.¹⁷

Es más, el 19 % de las emisiones de la aviación en 2019 fue generado por los vuelos en primera clase y de negocios, lo que representa mucho más que todas las emisiones que se originaron por el transporte aéreo de carga el mismo año (el 15 % de todas las emisiones por aviación).¹⁸ Y, con carácter anual, las cifras son incluso más crudas, con solo un 11 % de la población mundial que voló durante 2018 y un 4 % que lo hizo al extranjero.¹⁹

Teniendo en cuenta que solo una minoría de gente viaja en avión, y la industria de la aviación emitiendo semejante cantidad de emisiones globales, queda demostrado que la frecuencia de los vuelos es un factor determinante. En el Reino Unido, uno de los países cuyos ciudadanos más viajan a otros países²⁰, tan solo el 1 % de la población tomó una quinta parte de todos los vuelos internacionales en 2018.²¹ Los viajeros frecuentes británicos gozan de un alto poder adquisitivo, con unos ingresos familiares anuales de más de 115 000 libras y cuentan con una segunda residencia en el extranjero (a menudo en paraísos fiscales), siendo los protagonistas de los vuelos frecuentes.²² Se repite un patrón parecido en el sector de la aviación a nivel mundial, algo sobre lo que disponemos de datos²³ y, al contrario de lo que las narrativas de la industria de la aviación exponen sobre la «democratización» del transporte aéreo,²⁴ estas desigualdades han aumentado conforme la industria se ha ido expandiendo.²⁵

Otros factores que influyen sobre las personas a la hora de volar son el género y las cuestiones migratorias.²⁶ A día de hoy, la libertad de movimiento sigue estando determinada por el origen. El pasaporte japonés permite la entrada libre a 192 países sin solicitud de visado, mientras que uno somalí tan solo tiene acceso a 34 países, y el afgano a 26 países.²⁷ El género también define el acceso al transporte aéreo, ya que los hombres viajan en avión con más asiduidad que las mujeres, además de ser los mayores consumidores de vuelos

LOS AVIONES PRIVADOS Y LOS VIAJES AL ESPACIO

Cuando se trata de volar, no hay nada más injusto que los aviones privados, quizá solo a excepción de los increíblemente costosos viajes al espacio. **En 2019, se contabilizaron un total de 21 979 aviones privados activos en todo el mundo, el 71 % de los cuales estaban localizados en América del Norte. Europa registró el 13 %, es decir, 2760**

aviones, de los cuales 495 pertenecían a Alemania y 341 a Reino Unido. En África, por contra, se registra la flota más baja de todo el mundo, contando con aproximadamente un 2 % del total de los aviones privados.³³ Las emisiones que originan los aviones privados han crecido más rápidamente que las generadas en vuelos regulares, una tendencia que la pandemia está acelerando. Este hecho es devastador para el clima, ya que **los aviones privados son entre 5 y 14 veces más contaminantes por pasajero que los vuelos regulares.**³⁴ Además, se emplean más frecuentemente para vuelos de corta distancia, lo que es absolutamente innecesario ya que existen alternativas de bajo consumo de carbono.

EL TRÁFICO AÉREO ES LA FORMA MENOS EQUITATIVA DE TRANSPORTE

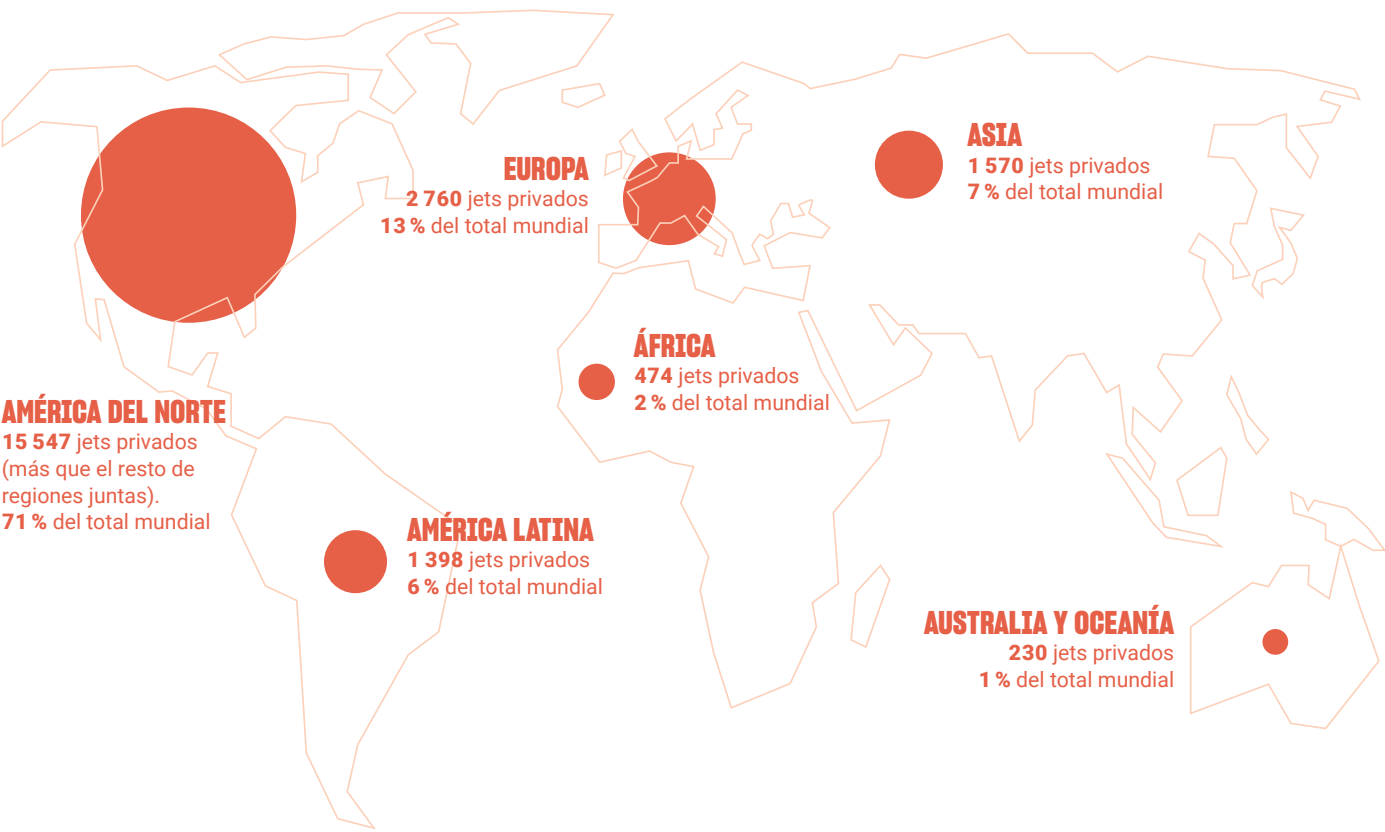


El 1 % de la población mundial causa el **50 % de las emisiones de la aviación comercial** mientras que más del **80 % de la población mundial nunca ha subido a un avión.**

Ningún modo de transporte es tan injusto como la aviación. Un estudio de 2020 estima que solo entre el 2 % y el 4 % de la población mundial tomó un vuelo internacional en 2018. El 1 % de la población mundial, una pequeña minoría de pasajeros frecuentes adinerados, es responsable del 50 % de las emisiones de la aviación comercial.

Fuente: Gössling, Humpe (2020): bit.ly/DistG

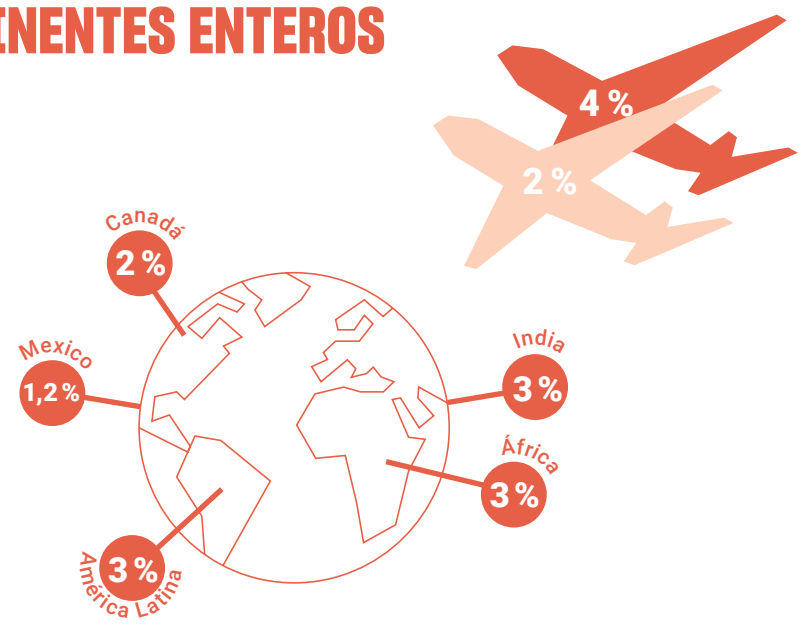
JETS PRIVADOS: RUMBO AL DESASTRE CLIMÁTICO



Los vuelos frecuentes son malos para el clima, pero los jets privados son mucho peores en términos de emisiones per capita. Y están distribuidos de una forma muy desigual. En 2019 había 21 979 jets privados activos en todo el mundo. La mayoría estaban registrados en Norteamérica, donde los EE.UU. acogen a aproximadamente el 89 % de todos los jets del continente.

Fuente: Stratos (2022): 2022 Key Private Jet Industry Statistics – By Region, By Country, By Type.

LA AVIACIÓN HA PROVOCADO MÁS CAMBIO CLIMÁTICO QUE CONTINENTES ENTEROS



La aviación tiene una responsabilidad histórica por la crisis climática mayor que la de algunos continentes enteros, a pesar de que solo es utilizada por una pequeña parte de la población mundial. Si tenemos en cuenta su impacto climático total, el tráfico aéreo ha generado el 4 % del calentamiento global hasta hoy, siendo responsable del 2 % de todas las emisiones de CO₂. Antes de la pandemia, su contribución a la crisis climática era aún mayor debido a su rápido crecimiento.

Fuentes:
Aviación: Klöwer et al (2021): bit.ly/AviaCont
Emisiones por país: Our World in Data (2019): ourworldindata.org/contributed-most-global-co2

Los viajes espaciales son un paso totalmente prescindible para la humanidad, pero un paseo placentero para unos pocos multimillonarios egoístas. Esta forma de abusiva contaminación y desigualdad puede generar de 250 a 1000 toneladas de CO₂ por un vuelo de once minutos de duración. Por el contrario, una gran parte de la población origina menos de una tonelada de CO₂ por año per cápita. Esto significa que el daño que genera **una persona multimillonaria al clima en un vuelo de once minutos es el mismo que el que provocan varios individuos de las partes más pobres del planeta durante toda su vida.**³⁵

LA AVIACIÓN MILITAR

Aunque las estadísticas sobre las emisiones de la aviación militar son escasas, se estima que son responsables de entre el 8 %³⁶ y el 15 %³⁷ del total del impacto climático generado por la aviación. El sector militar y las indus-

trias que le suministran han esquivado con éxito las investigaciones sobre su huella de carbono durante décadas, y este sector continúa excluido de toda obligación en cuanto a las regulaciones climáticas vigentes. Las Fuerzas Aéreas de los Estados Unidos representan un impactante ejemplo. En 2017 emitieron el equivalente a 13 millones de toneladas de CO₂³⁸, lo que supera con creces al resto de los sectores militares (el ejército de tierra, la marina de guerra y la armada). Por supuesto, el daño derivado de la aviación militar traspasa el impacto climático, ya que la guerra afecta de una manera devastadora a las personas.³⁹ En 2022, la invasión rusa de Ucrania ha mostrado una vez más cómo los conflictos armados pueden provocar serios impactos al tráfico aéreo y al sistema de energía basado en combustibles fósiles del que depende.

Durante las negociaciones del Protocolo de Kyoto en 1997, una gran presión por parte del gobierno de los Estados Unidos garantizó la exención de toda obligación en materia de reducción de emisiones para el ejército, apelando a sus preocupaciones de índole nacional con el objetivo de mantener

las operaciones militares. Aunque Estados Unidos nunca ratificó el Protocolo de Kyoto, su capacidad para obtener exenciones militares provocó que otras fuerzas de seguridad siguieran su ejemplo. Esta exención de carácter automático para el ámbito militar se eliminó con el Acuerdo de París, firmado en 2015. Sin embargo, el tratado deja a la discreción de los países el incluir o no las emisiones que producen las fuerzas armadas.

EL CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA DE LA AVIACIÓN

Aunque la proporción de nuestro –cada vez menor– presupuesto de carbono que consume la aviación ya es enorme teniendo en cuenta el número de personas que utilizan el avión, el crecimiento de la industria es motivo de preocupación. Tras la pausa provocada por la pandemia, en la que los aviones per-

manecieron en tierra en todo el mundo, tanto la industria como sus emisiones volverán a crecer, si no se toman medidas firmes para reducir el tráfico aéreo.

La expansión de la aviación no solo se traduce en más calentamiento climático y daños para la salud, sino que también requiere la ampliación de numerosos aeropuertos por todo el planeta y la construcción de otros nuevos. Entre 2000 y 2016, se agregaron 55 nuevas pistas en los 150 aeropuertos con mayor tráfico en el ámbito global.⁴⁰ En 2016 más de la mitad de los aeropuertos ampliados estaban por debajo de la capacidad anterior a su prolongación, lo que pone en duda la necesidad de su expansión.⁴¹ Desde 2019 se ha invertido cerca de 1 billón de dólares en construir nuevos aeropuertos por todo el mundo, con 423 en proyecto o ya en construcción. Más de la mitad de ellos, 223, se localizan en la región de Asia-Pacífico, con 58 planificados para Europa.⁴² Solo China ha anunciado para 2035 su intención de construir 213 nuevos aeropuertos.⁴³

La creación de todos estos nuevos aeropuertos requerirá hormigón, acero y cristal, incrementando todavía más el impacto de las emisiones. La infraestructura también «fijará» emisio-

nes durante las próximas décadas, provocando la inviabilidad del cambio que necesitamos. Además, existe un peligro inminente para las personas y la naturaleza. Comunidades de todo el planeta luchan contra violaciones de los derechos humanos, la expulsión de sus hogares y de sus tierras de cultivo a causa de los proyectos de ampliaciones o construcciones de aeropuertos, así como para proteger los bosques, los humedales y los ecosistemas costeros marinos.⁴⁴

Durante aproximadamente 40 años, los programas de viajeros frecuentes han sido uno de los mayores responsables del rápido crecimiento del tráfico aéreo. Estos programas se encuentran dentro de las campañas de marketing más populares del mundo. Como sus planes van asociados a la utilización de las tarjetas de crédito, el uso descontrolado de éstas para adquirir todo tipo de bienes con el objetivo de acumular «kilómetros aéreos gratis» ha incrementado el precio de todos los bienes, afectando a toda la población, se traten o no de viajeros frecuentes.⁴⁵

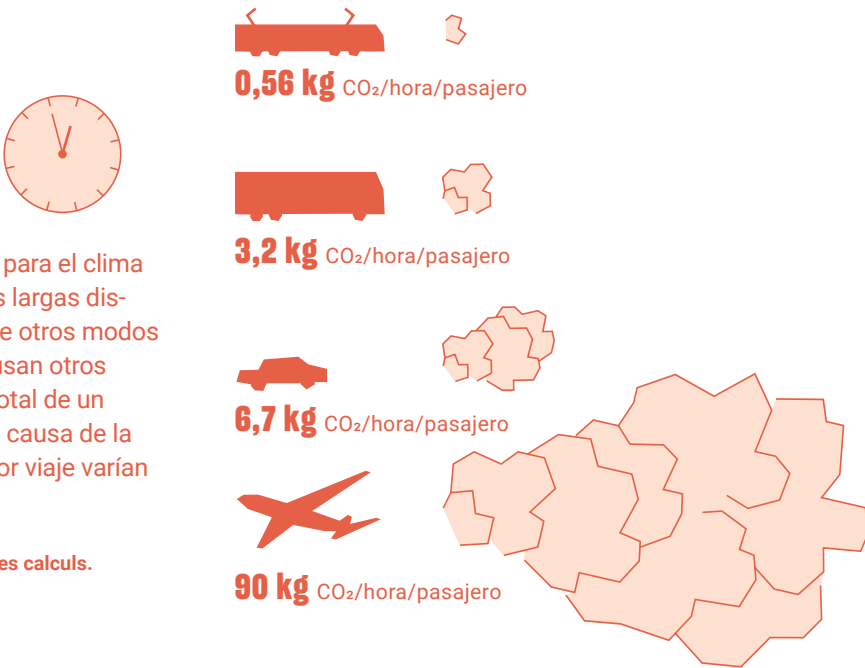
LOS IMPACTOS SOBRE LA SALUD DE LOS TRABAJADORES DE LA INDUSTRIA, LOS PASAJEROS Y LAS COMUNIDADES

El debate público que surge alrededor del impacto en la salud por volar se centra mayormente en los riesgos planteados para las personas que vuelan. Por ejemplo, aquellos que viajan en vuelos de larga distancia están muy expuestos a sufrir una trombosis venosa profunda (TVP) o como se le conoce más popularmente, «el síndrome de la clase turista». Varios estudios científicos han descubierto que el riesgo de sufrir esta patología aumenta en un 12% simplemente por viajar en avión una vez al año, con especial riesgo para aquellos que padecen enfermedades preexistentes.⁴⁶ Otro estudio que analizó los im-

VOLAR ES LA FORMA MÁS RÁPIDA DE FREÍR EL PLANETA

Volar es la forma de transporte más perjudicial para el clima por hora de trayecto. Debido a la velocidad y las largas distancias, los aviones emiten mucho más CO₂ que otros modos de transporte. Además del CO₂, los aviones causan otros impactos sobre el clima. El impacto climático total de un avión es tres veces mayor que el del CO₂ solo a causa de la altitud y otros contaminantes. Las emisiones por viaje varían en función de diversos factores.

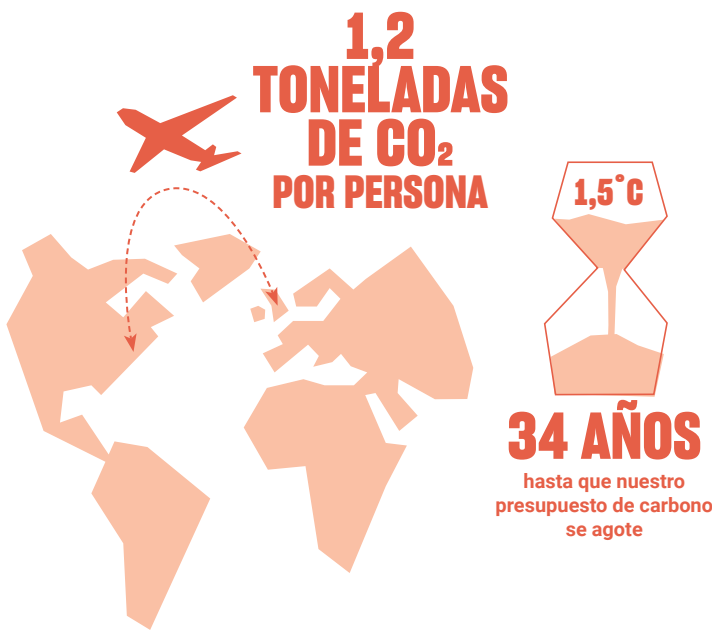
Fuente: Bigo (2019): Emissions de CO₂ par mode: détail des calculs. bit.ly/CO2permode



SI CADA HABITANTE DEL PLANETA VOLARA UNA VEZ AL AÑO ...

Si cada habitante del planeta tomara un vuelo I/V de Londres a Nueva York una vez al año, el preupuesto de carbono para permanecer por debajo de los 1,5°C (unos 320 000 toneladas en 2022) se agotaría en 34 años. El vuelo mencionado emite 1,2 toneladas de CO₂ por persona. Con una población mundial de casi 8 000 millones de personas, eso significaría cerca de 10 000 millones de toneladas de CO₂ al año. Este cálculo orientativo muestra que volar, a pesar de haberse convertido en una normalidad para una pequeña parte de la población mundial, no puede extenderse más si queremos proteger el clima. Y esto no tiene en cuenta los impactos climáticos adicionales al CO₂, que los triplican.

Fuentes:
Presupuesto de carbono IPCC (2021)
Emisiones de los vuelos: atmosfair
Población mundial: worldometers.info



pactos en la salud al volar averiguó que «la constante interrupción de los ritmos corporales debidos al desfase horario y el cansancio del viaje puede provocar un deterioro cognitivo y trastornos psicóticos, emocionales y del sueño y posibles cardiopatías además de cáncer».47 Es más, la escasa humedad dentro del avión puede disminuir la efectividad de los mecanismos de defensa de nuestro cuerpo, por ejemplo secar la mucosa, lo que nos expone a un mayor riesgo de enfermar. Resfriarse es cien veces más probable tras haber cogido un vuelo.48 Durante la pandemia por Covid-19, los riesgos de volar asociados a la salud necesitan tratarse más en detalle, especialmente ya que el transporte aéreo ha contribuido a la expansión del virus por todo el mundo.49 Es más, realizar vuelos de manera asidua provoca graves efectos psicológicos especialmente en los pasajeros de negocios, donde las investigaciones apuntan al aislamiento, la soledad y la reducción de los vínculos sociales.50

Trabajar en los aeropuertos y vivir en sus proximidades también acarrea consecuencias para la salud. Una investigación llevada a cabo en 2021 señaló que la exposición a las emisiones del motor del avión, el cual contiene par-

tículas ultrafinas (PUF), que tienden a pasar a las vías respiratorias inferiores y los pulmones, incrementa el riesgo de enfermedad, de hospitalizaciones y de problemas asociados al pulmón.51 El mismo informe indicó que las emisiones del motor de un avión tenían una composición orgánica de partículas similar a la del gasóleo, asociado a un sinfín de efectos adversos como el cáncer de pulmón, el asma y las cardiopatías.52 Las investigaciones médicas también han demostrado que las partículas ultrafinas pueden provocar nacimientos prematuros.53 Estos efectos sobre la salud, sin embargo, no se reflejan por igual en la sociedad y afectan de manera desproporcionada a las minorías étnicas y a las comunidades más pobres.54 Las repercusiones de la industria de la aviación y de los vuelos en la salud refuerzan las desigualdades presentes en toda la sociedad.

Muchas de las repercusiones de los vuelos en la salud pública tienen también consecuencias de tipo social. Por ejemplo, la contaminación acústica de los aviones provoca numerosos problemas de salud como la pérdida de audición, hipertensión, depresión,55 estrés,56 enfermedades cardiovasculares,57 privación del sueño y posibilidad de demencia.58

En 2017, se estimó que a 3,2 millones de europeos les afectó gravemente el ruido provocado por los aviones y más de 1,7 millones situados en las inmediaciones de los 47 aeropuertos principales del mundo experimentaron alteraciones en el sueño, aunque estas cifras probablemente se sitúen muy por debajo del verdadero alcance de la contaminación acústica.59 La falta de sueño puede tener efectos muy importantes en la calidad y expectativas de vida de las personas que viven cerca de los aeropuertos, afectando especialmente al aprendizaje de los niños. Un estudio de 2005 descubrió que aquellos que vivían cerca de los aeropuertos en Gran Bretaña, los Países Bajos y España se retrasaban en sus habilidades lectoras hasta dos meses respecto a lo exigido por cada aumento de 5 decibelios que sobrepasaba el nivel medio de ruido en su entorno.60

LA PRIVILEGIADA POSICIÓN DE LA AVIACIÓN

El impacto climático de la aviación ape-

nas está regulado. Especialmente en comparación con otros sectores, la industria de la aviación parece disfrutar de un estatus especial. En el Acuerdo de París, la aviación internacional, responsable de aproximadamente el 65 % de las emisiones de la aviación civil, recibe un tratamiento separado de las Contribuciones Nacionales Determinadas61. La mayoría de los países no incluyen la aviación internacional en sus planes climáticos y presupuestos de emisiones. En realidad, la regulación de la contaminación y los impactos climáticos del sector está en manos de la ineficaz OACI. La Organización de Aviación Civil Internacional es un organismo de Naciones Unidas financiado y dirigido por 193 Estados. El Secretariado de la OACI es el ente más importante en lo que se refiere a la definición de políticas de aviación en el ámbito internacional.

A pesar de su impacto medioambiental y del reducido número de perso-

nas que vuelan, la aviación ha gozado de unas políticas desproporcionadamente privilegiadas durante los últimos 75 años. En una gran parte del mundo la industria de la aviación está prácticamente exenta de impuestos a pesar de todo el impacto que genera sobre la sociedad y el medio ambiente. De manera más notable, el Convenio de Chicago, firmado en 1944, tenía por objetivo facilitar y expandir el negocio de la aviación prohibiendo la imposición del combustible cuando ya se encuentra dentro del depósito de una aeronave al aterrizar. Con el paso del tiempo, este convenio ideó la práctica común de la exención de impuestos (impuestos especiales) y el impuesto sobre el valor añadido (IVA), a veces realizados a través de acuerdos bilaterales62. El combustible para los vuelos domésticos puede estar sujeto a impuestos y, de hecho, así es en países como EE. UU, Japón y Arabia Saudí63, pero a menudo la presión económica

junto con el cabildeo empresarial lo impiden y en su lugar los estados priorizan la «competitividad» de las aerolíneas.

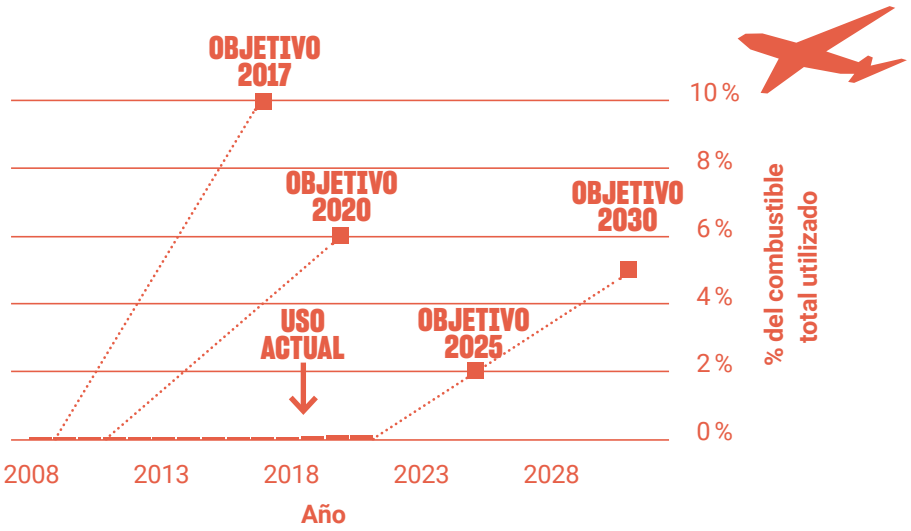
De manera evidente, la exención del IVA se reserva normalmente para los bienes que se consideran de primera necesidad, como determinados alimentos o productos sanitarios especiales. En algunos países con grandes industrias de la aviación y con pasajeros que viajan de manera muy frecuente como en el Reino Unido, esta exención de tasas podría valorarse en 13 000 millones de euros por año. Asimismo, dentro de la UE, el impuesto sobre el queroseno podría recaudar 17 000 millones de euros anuales, mientras que la introducción del IVA en la aviación en toda Europa permitiría recaudar 30 000 millones de euros.64 Este aumento de los fondos públicos podría invertirse en la ampliación y mejora de la red ferroviaria de todo el continente o en la financiación de una transición justa para las personas que trabajan en el sector de la aviación (consultar la narrativa de «Un aterrizaje seguro», página 58). Teniendo en cuenta la desigualdad que presenta la aviación, ¿es justo que se destine el dinero de los impuestos de alguien que rara vez o nunca viaja en avión a subvencionar las ganancias de los accionistas de las aerolíneas y los vuelos frívolos o innecesarios?

EL LAVADO VERDE DE LA AVIACIÓN

Muchos actores en la industria de la aviación, y algunos fuera de ella como los políticos y los grupos de presión de las empresas, se aferran a las soluciones tecnológicas para reducir las emisiones y garantizar que una minoría mundial pueda seguir volando con frecuencia. Para lograr este objetivo, la industria y los políticos presentan diferentes tecnologías para aportar soluciones climáticas rápidas, pero que no pueden aplicarse a corto plazo. Es más, todas estas técnicas presentan problemas, efectos adversos o quedarán finalmente restringidas por los límites de las energías renova-



DOS MUNDOS DIFERENTES: OBJETIVOS DE USO DE COMBUSTIBLES ALTERNATIVOS DE AVIACIÓN Y CONSUMO ACTUAL



La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) fija periódicamente los objetivos de uso de combustibles alternativos (agrocombustibles, electrocombustibles, ...), pero la industria nunca los cumple. El nuevo objetivo de IATA para 2030 es que los combustibles alternativos representen el 5 % del total. Un objetivo tan irrealista como el incumplido en 2020 y que representa un aumento de 230 veces del volumen consumido actualmente (215 000 millones de litros en 2021).

Fuentes:
IATA (2009): bit.ly/IATASAF2009
IATA (2011): bit.ly/IATASAF2011
IATA (2021): Fly Net Zero Media Kit.
bit.ly/FlyScamZero
Idea: Dan Rutherford

bles, requeridas en otros ámbitos para satisfacer las necesidades más básicas.

Entre las **falsas soluciones** más relevantes nos encontramos con: **los vuelos eléctricos, los combustibles de hidrógeno, los agrocombustibles⁶⁵ y biocombustibles, los electrocarburantes, así como las compensaciones de carbono. Todas ellas prolongan la insostenible expansión de la industria de la aviación.**

La falsa esperanza puesta en todas estas medidas tecnológicas y engañosas crece al mismo ritmo que se lleva al límite la eficiencia de los motores de los aviones; todo ello a pesar de que el crecimiento previsto de la industria supera cualquier aumento de eficiencia adicional realizado. E incluso cuando la productividad ha aumentado, la historia demuestra que suele ir acompañada de un incremento de las emisiones, ya que las reducciones de costes abaratan los vuelos y el tráfico aéreo se dispara.⁶⁶

Los aviones eléctricos solo pueden considerarse «ecológicos» en cuanto a la energía con la que funcionan. Dado que todavía el mundo está muy lejos de descarbonizar la producción de electricidad, añadir una carga más de una

actividad que consume tanta energía como es la aviación, hará más complicado dejar a un lado los combustibles fósiles. Volar es una forma de transporte ineficiente que consume gran energía al despegar y al aterrizar. El tremendo peso de las baterías implica un importante obstáculo para el avión eléctrico. Actualmente, esto significa que los aviones eléctricos solo serán viables para realizar trayectos de corta distancia por debajo de los 1000 km para 2050, que representan el 17 % de las emisiones aéreas. Los vuelos de media y larga distancia, responsables de gran parte de las emisiones,⁶⁷ tienen una baja probabilidad de poder convertirse en vuelos eléctricos.

La novedad de los **aviones propulsados por hidrógeno** para 2035 tan solo se trata de palabrería de la industria de la aviación, y ya será demasiado tarde para conseguir las reducciones de emisiones urgentemente requeridas.⁶⁸ Para los vuelos de largo y medio recorrido, los aviones propulsados por hidrógeno no serán viables antes de mediados de este siglo, cuando las emisiones ya necesiten llegar a cero en los países ricos. Aun si esta propuesta saliera adelante,

estos vuelos no podrían ser ecológicos. El hidrógeno producido por las fuentes de energías renovables continuará emitiendo óxidos de nitrógeno (NOx) y estelas químicas, que generan un gran impacto en el clima.⁶⁹ Por si fuera poco, la producción de hidrógeno requiere enormes cantidades de energía eléctrica renovable, lo que aleja la electricidad limpia de ámbitos más utilizados que en la aviación y que atienden a necesidades más básicas.⁷⁰

Los agrocombustibles solo representan en torno al 0,01 % de todo el combustible que la aviación emplea actualmente, y en un futuro cercano tan solo reemplazará a una pequeña parte del que el sector utiliza.⁷¹ Incluso si la producción de agrocombustible creciera lo suficiente como para reducir las emisiones causadas por la aviación, generaría un gran impacto negativo a nivel medioambiental y social. Eso es sobre todo cierto en relación con los agrocombustibles de «primera generación» provenientes de cultivos como el aceite de palma, la colza o la soja, los cuales no han sido descartados por el sector de la aviación. Aunque el aceite de palma se promociona como la op-

ción más viable para originar agrocombustibles debido a su densidad energética, los cultivos de la palma aceitera son unos de los principales causantes de la deforestación en el ámbito global, la pérdida de la biodiversidad y las violaciones de los derechos humanos (ver el reportaje en la página 60). Es más, se ha demostrado que algunos agrocombustibles generan tres veces más emisiones de gases de efecto invernadero que el combustible contaminante al que suplen. Mientras las compañías aéreas presionan continuamente a los gobiernos para que concedan subvenciones para aumentar la producción de agrocombustibles, éstas corren el riesgo de malgastar el dinero público en una falsa solución y podrían mantener los vuelos baratos de manera artificial estimulando así un mayor tráfico aéreo.⁷³

Los electrocombustibles son combustibles sintéticos compuestos a base de hidrógeno y dióxido de carbono que, junto con la electricidad, pueden ser empleados en la aviación para reemplazar el queroseno producido a partir de combustibles fósiles. A primera vista, los

electrocombustibles pueden parecer el medio definitivo para descarbonizar la aviación, pero se enfrentan a varios problemas y limitaciones. Principalmente, su producción es altamente ineficiente en términos energéticos. Suponiendo que el 100 % de la flota aeronáutica emplease electrocombustibles para 2050, se necesitaría un 20 % más de electricidad que la actual producción total mundial y 4,7 veces la producción de electricidad renovable en 2018.⁷⁴

Las aerolíneas ofrecen **compensaciones** a los pasajeros con el argumento de equilibrar sus emisiones. Además, estas compensaciones son la base de la «estrategia climática» de la Organización Civil de Aviación Civil Internacional (OACI), el Plan de Compensación y Reducción de Carbono para la Aviación Internacional (CORSIA). Sin embargo, el problema de las compensaciones es el incumplimiento de sus promesas: un ahorro de carbono por el que ya han contaminado. La mejor manera de mantener el carbono alejado de la atmósfera es dejarlo en tierra. Los proyectos de compensación, por otro lado, son una

gran combinación de esquemas cortoplacistas, deficientes y difícilmente medibles que únicamente dan respaldo al negocio de la aviación.

El esquema CORSIA ofrece el único plan regulador para la reducción de emisiones, pero es deficiente. Está diseñado para mantener las emisiones generadas por la aviación en los niveles de 2019 y, por tanto, para permitir «el crecimiento neutro de carbono». Su línea de base, inicialmente la media de emisiones de 2019 y 2020, fue modificada al alza, tras la gran presión ejercida por la industria, desdibujando todavía más el esquema. Se estima que para 2030, CORSIA tan solo cubrirá el 12 % de las emisiones al incluir solo los vuelos internacionales y ofrecer numerosas exenciones.⁷⁵

CORSIA está diseñado para depender de esquemas de compensación en todo el mundo. La cuestión es que estos no funcionan. Un estudio de la Comisión Europea reveló que el 85 % de los proyectos de compensación realizados por el acuerdo del Mecanismo para un Desarrollo Limpio (MDL) de Naciones Unidas no logró reducir las emisiones y que solo el 2 % de los proyectos de compensaciones tienen una alta probabilidad de conseguirlo.⁷⁶ En agosto de 2021, The New York Times publicó que 61 000 hectáreas pertenecientes a un proyecto de compensación de carbono para el estado de California ardieron durante una ola de calor, lo que está ocurriendo de manera más frecuente debido al calentamiento del planeta liberando carbono a la atmósfera.⁷⁷ Las compensaciones generan repetidamente problemas ecológicos y afectan a los derechos humanos, impactando especialmente en las comunidades indígenas (página 56), y pueden haber incrementado las emisiones globales justificando la contaminación causada.⁷⁸

Sin perspectivas de unas soluciones tecnológicas durante la próxima década y sabiendo que las compensaciones no ofrecen propuestas para equilibrar las emisiones actuales, todas estas promesas se deben interpretar como lavado verde de una industria muy contaminante.

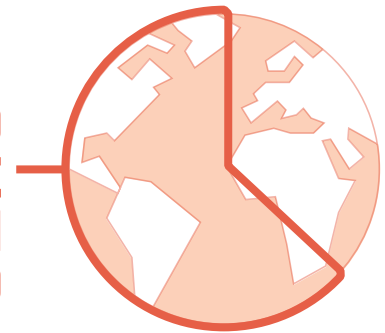
VOLAR COMO LA POBLACIÓN EUROPEA MÁS RICA AGOTARÍA NUESTRO PRESUPUESTO DE CARBONO

Si todo el mundo volara como lo hace el 10 % de la población europea más rica, solo la aviación generaría 23 000 millones de toneladas de CO2 al año. Esa cifra representa dos tercios de todas las emisiones globales en 2019.

Quelle:
Transport & Environment (2022): Roadmap to climate neutral aviation in Europe.
Our World in Data: ourworldindata.org/co2-emissions

SI TODO EL MUNDO VOLARA COMO EL 10 % QUE MÁS VUELOS TOMA EN EUROPA: 23 GTCO₂/AÑO

EMISIONES TOTALES DE CO₂ EN 2019: 36,7 GTCO₂



¿POR QUÉ AHORA?

La gente está empezando a asociar la aviación y el hecho de volar con la crisis climática.⁸⁰ Esto nos brinda la oportunidad de introducir en el debate público la crítica a la aviación como medio de transporte, así como la oposición a su continua expansión y sus intentos de lavado verde, dentro de una crítica más amplia del actual sistema económico.

¿QUÉ OPINIÓN TIENE LA SOCIEDAD SOBRE EL SECTOR DE LA AVIACIÓN?

A la hora de contestar a esta pregunta, es importante recordar que tan solo una pequeña parte de la población ha volado alguna vez, o lo hace de manera habitual. Históricamente, se trata de una actividad relativamente reciente, ya que **la gran mayoría de la humanidad nunca ha puesto un pie en un avión**.⁸¹ De esta manera, nuestra opinión sobre la aviación variará en una amplia medida entre aquellas personas que vuelan frecuentemente, las que no lo hacen tan regularmente o los que nunca lo han hecho. Otros factores para tener en cuenta son la ideología o el conocimiento sobre la crisis climática. Por otro lado, aquellas personas que trabajen para aerolíneas o estén relacionadas con la industria, o grupos de población que vivan cerca de aeropuertos siempre tendrán puntos de vista específicos sobre la aviación.

Para añadir un elemento adicional de complejidad al hecho de entender la opinión pública sobre el sector, hay que decir que los estudios al respecto son a menudo realizados por la propia industria. Por lo tanto, en muchos casos,

sus encuestas se enfocan a conocer la percepción que el público tiene sobre la aviación o los vuelos entendidos como un bien o servicio. Las preguntas realizadas giran en torno a las preferencias del consumidor sobre una aerolínea en concreto, las facilidades que brinda poder hacer una reserva y la experiencia general en los aeropuertos, más que evaluar la opinión pública sobre la industria y el sistema de movilidad en un sentido más amplio.

Es más, **la opinión pública está influenciada por la publicidad de la industria de la aviación y sus esfuerzos comerciales**, que insisten en señalar a la aviación y el propio acto de volar como algo deseable, accesible y alcanzable para todos. Como parte de toda esta estrategia comercial, las aerolíneas le han restado importancia al impacto generado por la aviación y han intentado hacer un lavado verde, como en el caso de la campaña Fly Aware llevada a cabo por la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA)⁸², cuyos miembros incluyen las aerolíneas, los aeropuertos, y los fabricantes de la industria de la aviación. De hecho, algunas compañías aéreas como Ryanair,⁸³ KLM,⁸⁴ y Green Airlines⁸⁵ han sido sancionadas por la normativa publicitaria debido a su intento de realizar un lavado verde engañando a los consumidores. Asimismo nos vemos, cada vez más, rodeados de imágenes de lugares exóticos y fotos de viajes de ensueño, lo cual hace que nuestro deseo de recorrer largas distancias aumente. Así lo

hacen por ejemplo las revistas de viajes o los contenidos que publica la gente famosa o las personas influyentes en sus redes sociales.⁸⁶

Debido a estos factores, la creación de una comprensión coherente y representativa de cómo la aviación es vista por el público está llena de desafíos, pero también de muchas oportunidades. Al crear historias y mensajes que se dirijan directamente a determinados públicos, así como a través de ellos, se genera un gran potencial para que las iniciativas de comunicación fomenten nuevas narrativas y reformulen el hecho de volar. Esto se expone con más detalle en la sección cuatro (página 40) de esta guía.

¿CÓMO PERCIBE LA OPINIÓN PÚBLICA LA RELACIÓN ENTRE LA AVIACIÓN Y LA CRISIS CLIMÁTICA?

Existen diferentes estudios que demuestran que la opinión pública ha cambiado su punto de vista sobre la

LA MAYORÍA DE LA GENTE CONSIDERA QUE EL CAPITALISMO HACE MÁS DAÑO QUE BIEN

56 % **DESCONFÍA TOTALMENTE DEL CAPITALISMO**
«El capitalismo, tal y como existe hoy, genera más daño que beneficio»



Un estudio realizado en 2019 entre 34 000 personas de 28 países concluyó que el 56 % de las personas encuestadas pensaban que el capitalismo genera más daño que beneficio al mundo. En muchos países, la mayoría de esta postura fue bastante mayor. Alrededor de la mitad de las encuestadas aseguró que el sistema les está fallando y el 75 % lo perciben como injusto piden un cambio.

Fuente: Edelman (2020): The 2020 Edelman Trust Barometer.

aviación especialmente ante la crisis climática. La encuesta climática realizada por el Banco Europeo de Inversiones (BEI) exploraba a qué cosas la gente estaba dispuesta a «renunciar» para hacer frente a la crisis climática. Según el estudio, **el 72 % de los ciudadanos europeos y estadounidenses y el 84 % de la población china, creen que su actitud puede cambiar la situación a la hora de disminuir las emisiones**.⁸⁷ Según el estudio, la acción más fácil ante el problema de la crisis climática es **dejar de volar**, donde coinciden el 40 % de las personas encuestadas en Europa, el 38 % de las estadounidenses y el 43 % de las chinas.⁸⁸ Estas opiniones también se reflejan en los comportamientos previstos por las personas encuestadas, con el 37 % de las chinas, el 22 % de las europeas y otro 22 % de las estadounidenses afirmando que **renunciarán a viajar en avión debido a su preocupación sobre la crisis climática**.⁸⁹

Este espíritu también se refleja a nivel mundial. Según los datos de un estudio global llevado a cabo por la empresa Ipsos Mori, una de cada siete personas (14 %) haría uso de un medio de transporte cuya huella de carbono fuera menor a la de los vuelos **incluso si resultara más incómodo o caro**. El doble (29 %), sin embargo, **renunciaría a volar en favor de una opción de movilidad baja en carbono si fuera tan cómoda o no más costosa que un vuelo**.⁹⁰

Este tipo de resultados demuestran que existe un potencial para construir nuevas narrativas a través de las campañas de comunicación y también para mostrar claramente que existe una inclinación hacia mejores sistemas de movilidad. Sin embargo, debemos moderar nuestro optimismo por el hecho de que los estudios señalan de manera sistemática que, dentro del ámbito de la aviación, existe una desconexión entre la preocupación por la crisis climática

y la utilización del transporte aéreo, comúnmente referida como la «brecha de actitud y comportamiento».⁹¹ Aunque esta desvinculación se ha sobreestimado alguna vez recientemente, puede desempeñar un papel importante en algunas acciones específicas tales como coger un vuelo.⁹²

El fenómeno de «flygskam» o «la vergüenza de volar», un movimiento originado en Suecia que anima a las personas a dejar de viajar en avión para reducir las emisiones, es testigo del cambio de opinión de la ciudadanía respecto a la aviación, donde el acto de volar puede ser empleado para provocar sentimientos de responsabilidad moral y consciencia sobre su impacto medioambiental (frecuentemente etiquetado en un sentido negativo como culpa o «vergüenza».⁹³ El impacto de «flygskam» sobre la demanda de vuelos ha tenido repercusión en Suecia, donde surgió el movimiento, pero también en países como Francia, Alemania y también Nueva Zelanda.⁹⁴ La alternativa positiva a flygskam es el movimiento «tågs kryt» (literalmente, el orgullo de viajar en tren), que pone en valor la elección de un medio de transporte bajo en carbono para desplazarse. Se ha comprobado que contribuye a que las personas que realizan un viaje opten por el tren para moverse, lo que también genera debate dentro y fuera de las redes sociales.

A pesar de este impacto, el poder y la influencia de las convenciones y las presiones sociales que existen sobre la acción de volar; y el continuo bombardeo publicitario y la influencia que sobre nuestros pensamientos ejerce la asociación de los vuelos con la libertad y la movilidad; siguen siendo elementos dominantes para mucha gente. Esto significa que abogar únicamente por cambios de comportamiento individuales **no será una estrategia adecuada para reducir el sector de la aviación a largo plazo**, a pesar de su importante papel en la reducción de la demanda de transporte aéreo.⁹⁵

En algunos países existen igualmente indicadores de que las preocupaciones por las consecuencias socia-

les y ambientales del cambio climático están cambiando las percepciones sobre los modelos de transporte y movilidad. Un estudio realizado recientemente en el Reino Unido señaló que el 93 % de las personas encuestadas respalda la idea de un sistema de transporte público más integrado coordinado por gobiernos locales. Refiriéndose particularmente a la aviación, **el 89 % de las personas encuestadas apoyaba la propuesta de aumentar los precios de los vuelos, aplicándolo concretamente a los viajeros frecuentes.**⁹⁶

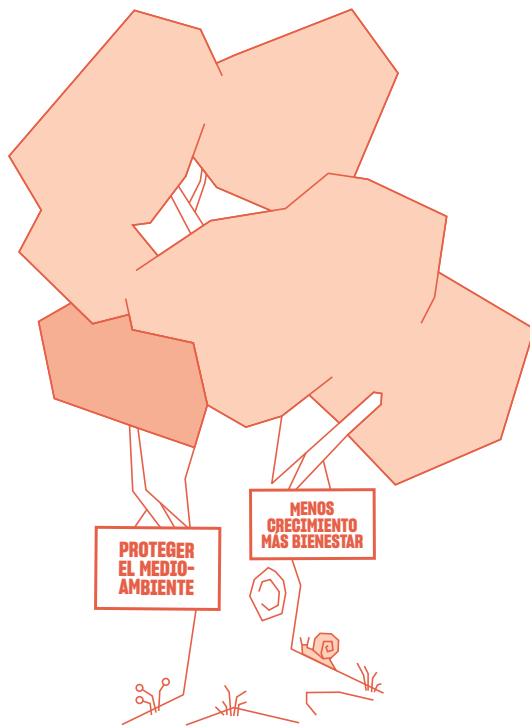
A pesar de que los estudios de opinión internacionales muestran una clara tendencia hacia una mayor preocupación sobre cuestiones ambientales en todo el mundo, y que la opinión pública señala que la aviación debería realizar más acciones para atajar la crisis climática, hay franjas de la pobla-

ción cuya opinión sobre el tema no ha sido debidamente reflejada. La mayor parte de esta población se concentra en el Sur Global y la gran mayoría jamás ha tomado un vuelo. Estas comunidades ya están sufriendo los impactos de la crisis climática a pesar de contribuir muy poco a la generación de emisiones. Las encuestas existentes se suelen basar en la experiencia de vuelo que tiene el consumidor, la opinión de la industria sobre sus posibilidades de crecimiento en el Sur Global o el potencial de la aviación para incentivar el crecimiento y el desarrollo económico. Estos sondeos muestran que las opiniones y las preocupaciones de las comunidades que sufren en primera persona los impactos de la expansión de la industria de la aviación en los países más pobres son sistemáticamente ignoradas, subestimadas y omitidas por el sector aéreo.

DESEO DE DEJAR ATRÁS EL BENEFICIO Y EL CRECIMIENTO PARA PROTEGER LA NATURALEZA

El **83 %**
de las personas encuestadas
quieren hacer más para **proteger
el medioambiente**

El **74 %**
de la gente quiere modificar las
prioridades económicas para
**dejar a un lado el beneficio y
el crecimiento y centrarse en
el bienestar y la protección
ambiental**



Un estudio realizado en 2021 en los países del G20 mostró cómo una gran mayoría de la población quiere concentrarse en la protección del planeta y dejar atrás el crecimiento y el beneficio como elementos centrales de la economía.

Fuente: Gaffney et al. (2021): Global Commons Survey: Attitudes to planetary stewardship and transformation among G20 countries.

¿QUÉ OPINA EL PÚBLICO SOBRE EL SISTEMA ECONÓMICO ACTUAL?

La industria de la aviación debe situarse dentro de **una crítica más amplia del sistema económico mundial** y problemas como **las relaciones desiguales de poder, la pobreza, la desigualdad, la corrupción y el deterioro medioambiental**. El informe del Barómetro de Edelman de 2020 reveló, por primera vez, que la mayoría de las personas encuestadas en 28 países opina que el capitalismo, tal y como se conoce hoy, **produce más daño que beneficio en el mundo.**⁹⁷ Tailandia demostró ser el país con menor confianza en el sistema capitalista (75 %), seguido de la India (74 %) y Francia (69 %). En tan solo unos pocos países como Canadá, Australia, los Estados Unidos, Corea del Sur, Japón y Hong Kong se opinaba, por un estrecho margen, lo contrario, a excepción de Japón.⁹⁸ Sondeos similares resaltan un descontento global que va en aumento con respecto al *statu quo* y el potencial existente para establecer alternativas de vivir y viajar.

El mismo sondeo señaló también que el 57 % de las personas encuestadas creen que **los gobiernos defienden los intereses de unos pocos** en lugar de los de la mayoría.⁹⁹ Este hecho tiene especial relevancia ante la avalancha de rescates financieros de aerolíneas producidos durante el tiempo de la pandemia por Covid-19; en un sondeo realizado por la organización Greenpeace, el 93 % de las entrevistadas señalaba que la industria de la aviación no debería ser una prioridad para las y los contribuyentes.¹⁰⁰ Otro estudio realizado en Estados Unidos mostró que el 35 % de las personas encuestadas afirmaba que los gobiernos no debían rescatar la industria de la aviación, con tan solo un 31 % a favor (el 34 % no se pronunció).¹⁰¹

A este hecho se le suma la creciente precariedad del sistema económico actual, contando con un 83 % de las encuestadas a nivel global que expresaban temer perder su empleo debido a la automatización, la globalización o la crisis económica.¹⁰² Un estudio realizado por el Foro Económico Mundial sobre personas de 27 países señaló diferentes opiniones, con un 54 % de las encuestadas que afirmaban sentir miedo de perder su trabajo durante los próximos doce meses. La preocupación sobre la pérdida del empleo en el siguiente año se vio altamente reflejada en Rusia (75 %), España (73 %) y Malasia (71 %).¹⁰³ A escala internacional, existe obviamente un público que reacciona y se relaciona con las narrativas que confrontan y critican a los políticos y al poder empresarial,

además de crear lazos solidarios con los trabajadores.

Este sentimiento general de desconfianza e insatisfacción con respecto al sistema económico actual ha dado lugar a nuevas alternativas de cara al futuro. Una investigación sobre las opiniones de la gente joven hacia el capitalismo, llevado a cabo por el grupo de expertos conservador británico Institute of Economic Affairs, averiguó que al 67 % de los jóvenes británicos les gustaría vivir dentro de un sistema económico socialista.¹⁰⁴ El mismo estudio señaló que tres cuartas partes del total de personas encuestadas están de acuerdo con la afirmación de que la crisis climática es un problema específicamente capitalista.¹⁰⁵ Un sondeo realizado por Amnistía Internacional entre individuos de edades comprendi-

das entre los 18 y 25 años en 22 países compartía una visión similar, donde un 41 % de las encuestadas indicaba que el cambio climático era el reto más inmediato en el mundo.¹⁰⁶ The Peoples' Climate Vote, el mayor sondeo climático a nivel mundial realizado por la Organización de las Naciones Unidas en 2021 concluyó que para el 64 % de la gente encuestada en 50 países el cambio climático era una emergencia.¹⁰⁷ Un estudio llevado a cabo por Ipsos Mori desde noviembre de 2021 averiguó que el calentamiento global era la gran preocupación de la sociedad británica con un 40 % que así lo afirmaban, situándose por encima de la pandemia (27 %) y el Brexit, así como los problemas de la sanidad (ambos con un 22 %).¹⁰⁸

En un estudio de 2021 sobre todos los países miembros del G-20 llevado a cabo por Ipsos Mori para la Global Commons Alliance,¹⁰⁹ el 73 % de las personas encuestadas creía que el planeta se encontraba en un punto crítico debido a la actividad humana. Así se reflejó de manera rotunda en Indonesia (86 %), Turquía (85 %), Brasil (83 %) y México (78 %). La gran mayoría de las entrevistadas en los países pertenecientes al G-20, un 83 %, desean realizar más acciones para proteger la naturaleza, un mensaje que fue más recalcado en las «economías emergentes» que en los países más ricos. Además, el 74 % de las encuestadas se mostró a favor de reorientar la política económica del beneficio y el crecimiento hacia el bienestar y la protección medioambiental.

La crisis por la Covid-19 despertó en la conciencia pública las ganas de crear un futuro diferente con un nuevo sistema económico y social. Un estudio llevado a cabo por Ipsos Mori para el Foro Económico Mundial señaló un profundo deseo de cambio tras la pandemia antes que volver a la situación anterior ala pandemia por Covid-19. Casi tres cuartos de la población adulta (72 %) de 27 países afirmaron querer un cambio en su vida tras la pandemia, donde casi nueve de cada diez (86 %) sostenían que deseaban ver una profunda transformación en el mundo que generase más sostenibilidad y equi-

LA GENTE QUIERE QUE EL MUNDO CAMBIE TRAS LA PANDEMIA

MEDIA GLOBAL

COLOMBIA

CHINA

INDIA

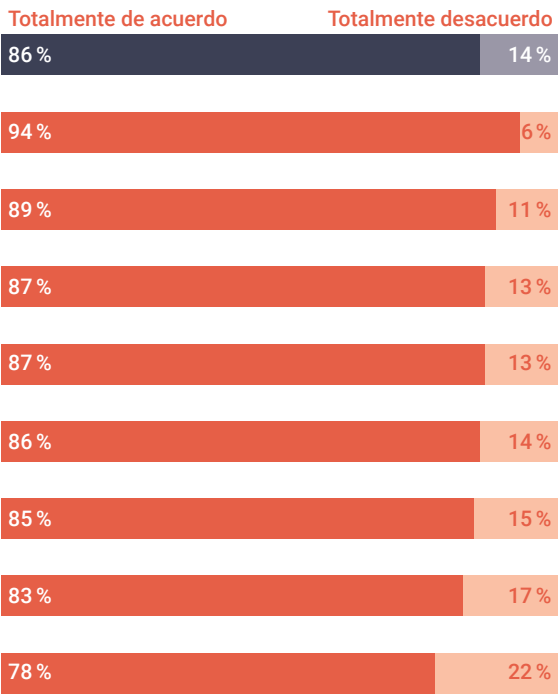
REINO UNIDO

ESPAÑA

FRANCIA

AUSTRALIA

ALEMANIA



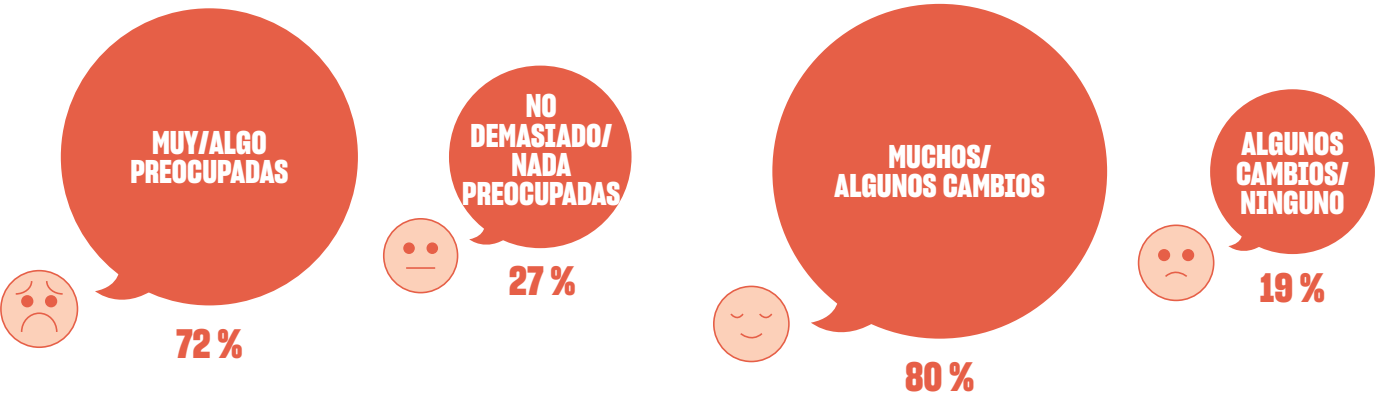
En 2020, un estudio internacional concluyó que el 86 % de las personas encuestadas pedían cambios significativos tras la pandemia de Covid-19 en aras de una mayor sostenibilidad y equidad.

Fuente: Ipsos (2020): How Much Is the World Yearning for Change After the Covid-19 Crisis. bit.ly/IpsosChangeCovid

PREOCUPACIÓN EN TORNO A LA CRISIS CLIMÁTICA Y LA VOLUNTAD PARA ACTUAR

PERSONAS PREOCUPADAS PORQUE LA CRISIS CLIMÁTICA PUEDE AFECTARLES PERSONALMENTE EN ALGÚN MOMENTO DE SU VIDA

PERSONAS DISPUESTAS A REALIAR CAMBIOS EN SU FORMA DE VIVIR Y TRABAJAR PARA REDUCIR LOS EFECTOS DEL CALENTAMIENTO GLOBAL



Personas de todo el mundo muestran una gran preocupación por el cambio climático y una voluntad de realizar sacrificios para mitigarlo, pero afirman tener menos confianza en los esfuerzos para resolver el problema, según una investigación realizada por el Pew Research Center en 17 países.

Fuente: Pew Research Center (2021): In Response to Climate Change, Citizens in Advanced Economies Are Willing To Alter How They Live and Work

dad.¹¹⁰ Rusia y Colombia encabezan la tabla de los países que desean ese cambio y futuro diferentes, con un 94 % de las personas encuestadas que buscan una transformación significativa a nivel mundial. Muy de cerca le siguen Perú (93 %), México, Chile (93 %), Malasia (92 %), Sudáfrica (91 %), Argentina (90 %) y Arabia Saudí (89 %).¹¹¹ La gente también está dispuesta a adoptar tales cambios por sí misma; en un estudio llevado a cabo por el Pew Research Center en 17 países desde 2021, el 80 % aseguró que realizaría, al menos, algunos cambios en su vida para reducir el impacto de la crisis climática. En países como Grecia (62 %), Italia (54 %) y España (49 %), gran parte de las personas entrevistadas estaban dispuestas a hacer «numerosos» cambios. En el mismo estudio, el 72 % de la gente se mostraba algo o muy preocupada sobre el daño que la crisis climática puede producirles en algún momento de su vida.¹¹²

CÓMO LA PANDEMIA HA CAMBIADO NUESTRA VISIÓN SOBRE LA AVIACIÓN Y LA MOVILIDAD

Existe un deseo claro por parte de la sociedad de disponer de un sistema de movilidad mejor y más igualitario que

se ha incrementado durante el tiempo de la pandemia de la Covid-19. Un estudio realizado por YouGov investigó cómo la actitud hacia el transporte había variado tras la pandemia y averiguó que, en Italia, la India y el Reino Unido, alrededor de **un tercio de la población afirmaba su intención de reducir sus viajes en avión debido a su preocupación por la salud pública y la crisis climática**. Sin embargo, también reveló una actitud opuesta en otros países; el 50 % de las personas entrevistadas en Nigeria y el 40 % de las brasileñas tenían intención de volar más después de la pandemia.¹¹³ Con respecto a estas últimas, claro está, hay que tener en cuenta la poca afluencia de pasajeras hasta la fecha. Estas preferencias conllevan implicaciones directas sobre la opinión del público con respecto al concepto de vacaciones, ya que el mismo estudio revelaba que el 40 % de las entrevistadas en Italia estaría más

dispuesto a viajar dentro de su país en el futuro. Esta misma actitud hacia el turismo nacional se ha reflejado en Alemania, China, Tailandia y el Reino Unido.¹¹⁴

Los cambios impuestos que han modificado las formas de trabajar también han influido sobre la actitud hacia el transporte. Una encuesta realizada por YouGov averiguó que **la mitad de las personas que viajan por negocios afirmaban que la imposibilidad de viajar en avión no había repercutido en su vida laboral**.¹¹⁵ Más de un cuarto de las personas con el mismo perfil, franceses y holandeses, indicaban que sus vidas laborales habían incluso mejorado durante la parada del tráfico aéreo causada por la crisis de la pandemia.¹¹⁶ El mismo estudio también señaló que uno de cada dos personas que viajan por negocios sentía que no había afectado

a su productividad durante la cuarentena.¹¹⁷ Debido a los ahorros y beneficios generados por las restricciones a los viajes, es poco probable que el mundo vuelva a los antiguos hábitos previos a la pandemia a pesar de que la industria espera lo contrario. Un estudio llevado a cabo por Bloomberg sobre 45 empresas en Europa, Asia y EE. UU. concluyó que un 84 % tenían intención de gastar menos en viajes, señalando la reducción de las emisiones de carbono como una de las razones principales de este cambio.¹¹⁸

Existe un cierto riesgo de que la percepción pública sobre las opciones de movilidad colectiva, tales como los autobuses públicos y los trenes, se vea dañada por la pandemia global debido a las preocupaciones generadas por la transmisión del virus. De todos modos, los estudios llevados a cabo durante

este período presentan matices. En los Estados Unidos, por ejemplo, las personas que se desplazan a diario afirmaron que utilizaban el transporte público de manera menos frecuente debido a la pandemia.¹¹⁹ Pero en España, el mismo estudio reveló que casi la mitad (49 %) del uso del transporte público se ha mantenido igual o incluso ha aumentado a pesar de la pandemia.¹²⁰ Otro estudio llevado a cabo en España reveló que cerca del 90 % de las personas encuestadas tenía intención de utilizar el transporte público una vez las medidas de la cuarentena se hubieran suavizado, la mayor predisposición hacia cualquiera de las opciones de transporte.¹²¹

LOS VUELOS BASURA



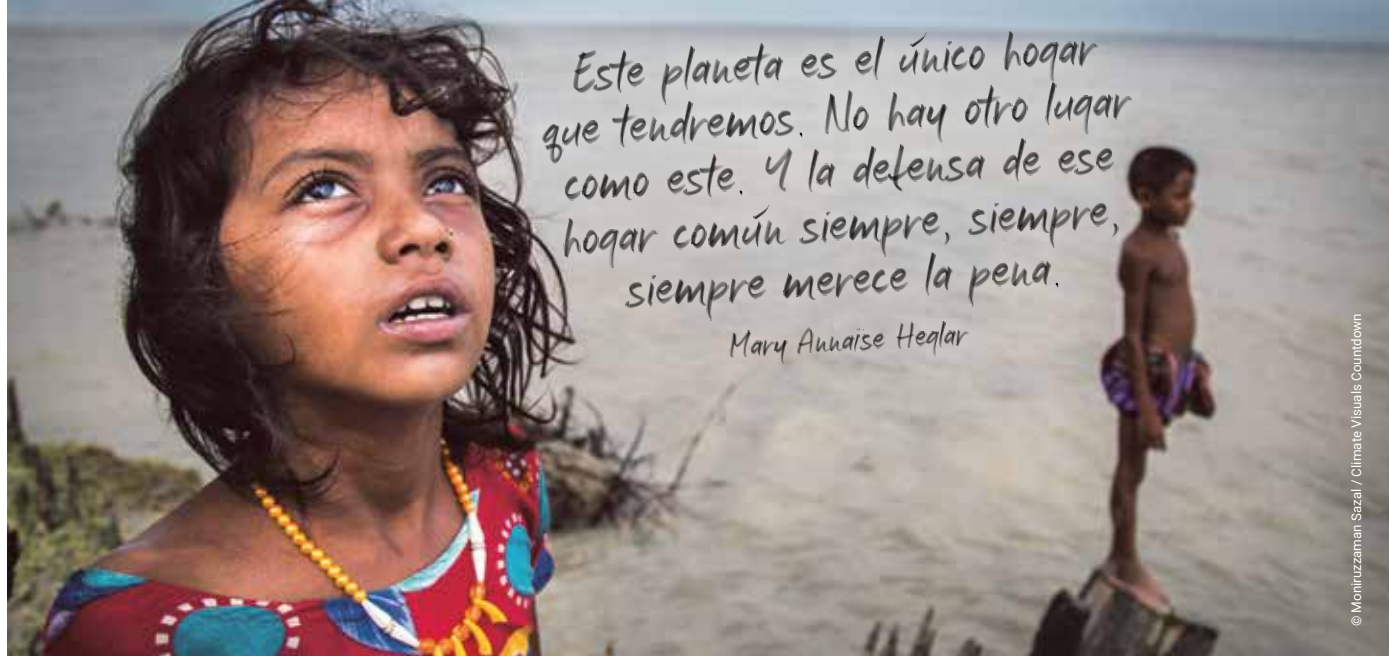
UN DEBATE SOBRE EL TRÁFICO AÉREO JUSTIFICADO

Sabemos que los vuelos son nocivos para el clima. Menos obvio es que muchos de esos vuelos no reportan ninguna utilidad y son innecesarios. Al igual que el concepto del antropólogo David Graebe sobre los «trabajos basura»¹²², aquellos calificados como perjudiciales y absurdos para la sociedad, podemos asimismo hablar sobre los «vuelos basura». **Son vuelos inútiles, frívolos y también, no solo por sus impactos, injustos. Deberían detenerse inmediatamente.**¹²³

Ejemplos de vuelos basura son los realizados para **irse de fin de semana, los de muy corta distancia, los demasiado económicos, los realizados en aviones privados y los increíblemente costosos vuelos al espacio**. Aunque algo diferentes, los «vuelos fantasma», aquellos vuelos que se fletan vacíos para mantener los slots de las aerolíneas también son un ejemplo de vuelo basura. Por el contrario, hay vuelos justificados como los de emergencias o asistencia en

catástrofes, visitas a familiares de otros continentes o las rutas seguras para población refugiada. Otros pueden resultar complicados de clasificar como aquellos destinados para largas estancias en el extranjero. Ciertamente, la discusión sobre los vuelos implica tocar otros temas como la injusticia, que también es importante para el debate. Hablar de ellos ayuda a revelar las conexiones entre los vuelos de particulares y un sistema que apoya los vuelos basura, subvenciona la industria de la aviación y concede un pase libre a los acaudalados principales emisores.

Reducir el tráfico aéreo de una manera equitativa y justa significa que a los vuelos basura hay que retirarles sus «libertades sociales» a través del cambio cultural, pero también por medio de las regulaciones específicas y cambios en la política corporativa.



UNA CUESTIÓN DE JUSTICIA CLIMÁTICA

La aviación es uno de los ejemplos más graves de la injusticia climática. Esto hace de su replanteamiento y reducción una cuestión de justicia climática.

Vivimos en tiempos de injusticia climática y ecológica. **Aquellas comunidades que menos han contribuido a la crisis climática son las que más están sufriendo sus consecuencias de manera inmediata.** Si no se presta ayuda urgente, la situación empeorará en el futuro. Los países ricos de Europa, América del Norte y el resto del mundo deben tomar la iniciativa para detener la contaminación climática y a su vez apoyar a los países más desfavorecidos para que abandonen los combustibles fósiles mientras se adaptan a los grandes y cada vez más frecuentes impactos del calentamiento global.

Esta es la historia de la justicia climática que todos hemos escuchado. Y es cierto, pero está incompleta. La justicia climática debe ser mucho más que compartir los esfuerzos para reducir las emisiones y financiar la transformación. Para alcanzarla, la sociedad ha

de priorizar el bienestar por encima de los beneficios de unas pocas personas. La justicia climática ha de extenderse a nivel global, reconocer los derechos humanos de todo el planeta, así como entender la **responsabilidad histórica** de la crisis ambiental y las profundas desigualdades del sistema actual. También conlleva la **lucha contra toda forma de discriminación** de género, origen, raza, clase, religión u orientación sexual.

Para alcanzar una justicia climática que permita tanto al planeta como a las personas salir adelante, no solo se trata de modificar los límites del sistema actual. Debemos construir un nuevo modelo económico que refleje las necesidades de toda la humanidad y el mundo natural, y que tenga como uno de sus ejes principales un sistema de movilidad diferente.

LA DEUDA CLIMÁTICA Y LA RESPONSABILIDAD GLOBAL

Nuestro mundo sería completamente diferente si no hubiéramos quemado carbón, petróleo o gas. Pero, ¿quiénes son los responsables de esto? Sin duda, los «países ricos» o también denominados como el «Norte Global», las primeras naciones en industrializarse y que han acumulado una gran riqueza gracias al crecimiento alimentado por las energías fósiles, el imperialismo y la globalización. Esta parte del mundo es donde también se concentra el mayor poder económico y político, poder que normal-

mente se utiliza para impedir la acción y justicia climáticas en lugar de incentivarlas.¹²⁴

Los países del Norte Global son responsables del 92 % de las emisiones dañinas para el clima por encima del límite de 350 ppm de CO₂. El Sur Global es tan solo responsable del 8 %¹²⁵. El país históricamente más contaminante, EE. UU., es responsable del 26 % de todas las emisiones emitidas a la atmósfera desde 1850.¹²⁶ **Casi dos tercios de la contaminación climática hasta la fecha se relacionan con 90 grandes empresas,** muchas de ellas propiedad de accionistas privados localizados en el Norte Global como Chevron Corporation, Peabody y Shell plc.¹²⁷

Incluso hoy en día, muchas personas de los países ricos superan con creces la huella de carbono de aquellas que viven en el Sur Global. La huella de carbono media de una persona en Australia equivale a 15 toneladas de CO₂.¹²⁸ En comparación, la huella media de un individuo en Bangladesh es de 0,56 toneladas al año, mientras que la de una

persona de Uganda es de 0,11 toneladas al año¹²⁹ De ello se concluye que, posiblemente, **la forma más justa de reducir las emisiones consistiría en que el 10 % más rico del mundo asumiera el 87 % del total de las reducciones de emisiones necesarias,** mientras que el 50 % más pobre de la humanidad no tendría que reducir las suyas lo más mínimo.¹³⁰

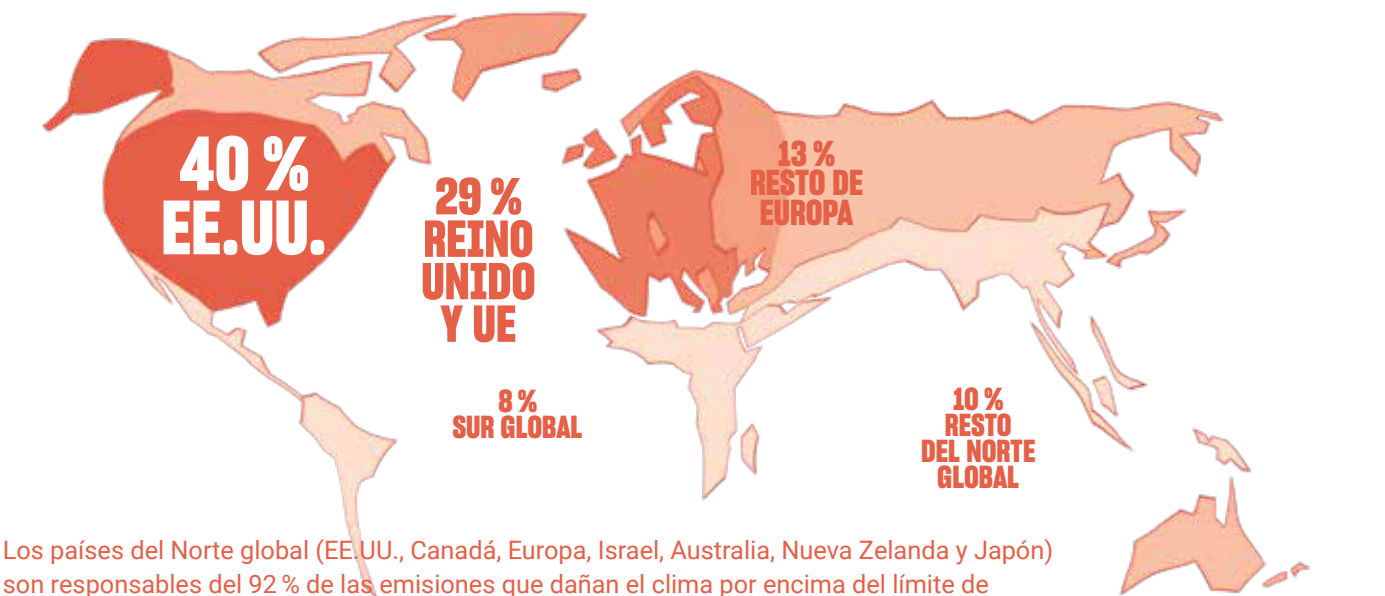
LA DESIGUALDAD DE LA HUELLA DE CARBONO EN LOS PAÍSES

La división entre las personas más ricas y las más desfavorecidas; entre las poderosas y las más débiles; no es solo geográfica, sino que existen grandes desigualdades con respecto a la intensidad de la huella de carbono también dentro de las regiones y los propios paí-

ses. Los grupos más desfavorecidos de estos sitios sufren mucho más la crisis climática y sus consecuencias que los sectores más acomodados, a pesar de tener la menor responsabilidad sobre la crisis. Son aquellos que también sufren otras formas de discriminación: las mujeres, las personas racializadas, los pueblos indígenas, las comunidades desfavorecidas económicamente o toda una serie de grupos directamente afectados por la extracción de energías fósiles y por el colonialismo climático. Esto es cierto en varios sentidos:

→ En primer lugar, estas personas suelen quedar **excluidas de los beneficios que se derivan de la quema de petróleo, carbón y gas, y sufren más los efectos secundarios de la explotación.** Dicho de otra forma, son los hombres ricos los que más viajan en avión y conducen coches.¹³¹ También son predominantemente los hombres quienes dirigen las compañías petroleras y se benefician de sus ganancias.¹³²

LOS PAÍSES RICOS SON LOS GRANDES RESPONSABLES DEL COLAPSO CLIMÁTICO



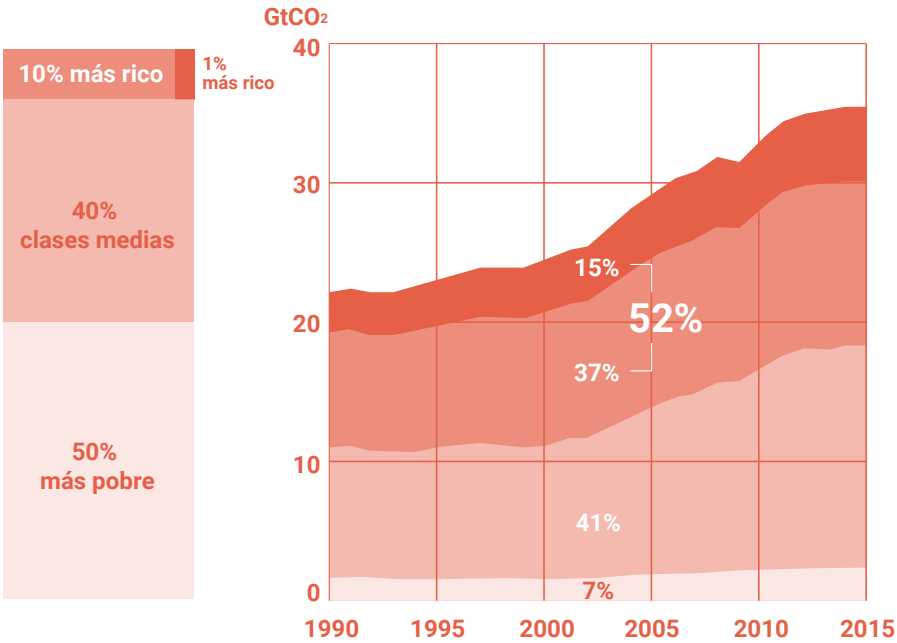
Los países del Norte global (EE.UU., Canadá, Europa, Israel, Australia, Nueva Zelanda y Japón) son responsables del 92 % de las emisiones que dañan el clima por encima del límite de seguridad de 350 ppm de CO₂. El Sur global (América Latina, África, oriente Medio y Asia) tan solo es responsable del 8 %.

Fuente: Hickel (2020): Quantifying national responsibility for climate breakdown: an equality-based attribution approach for carbon dioxide emissions in excess of the planetary boundary

EL 10 % MÁS RICO CAUSA MÁS DE LA MITAD DE LAS EMISIONES GLOBALES

PORCENTAJE DE POBLACIÓN MUNDIAL

PORCENTAJE DE EMISIONES ACUMULADAS 1990-2015



Entre 1990 y 2015, el 1 % de la población mundial más rica (63 millones de personas) fueron responsables del 15 % de las emisiones acumuladas, el doble que las del 50 % más pobre del planeta. El 10 % más rico causó el 52 % de todas las emisiones.

Fuente: Oxfam (2020): Confronting Carbon Inequality. bit.ly/OxCarbonIneq

- En segundo lugar, los grupos mencionados **padecen los efectos dañinos del sistema del combustible fósil**.¹³³ Las comunidades pobres y la gente negra o de otras razas diferentes a la blanca tienen más probabilidades de vivir en las inmediaciones de las refinerías, los aeropuertos o carreteras concurridas. Las tierras indígenas normalmente son «sacrificadas» para extraer y procesar las fuentes de combustible.
- En tercer lugar, los grupos mencionados se ven **más afectados por las consecuencias del calentamiento global a largo plazo**, sufriendo la escasez de agua o las cosechas fallidas.¹³⁴ Estas personas no disponen de los medios y los recursos económicos para adaptarse a las condiciones ambientales adversas, que van en aumento.
- En cuarto lugar, **la crisis climática incrementa las desigualdades existentes, los problemas y los**

conflictos.¹³⁵ Cuando los conflictos estallan por los recursos (como el agua), las condiciones de vida se deterioran de forma más dramática para los grupos y comunidades vulnerables.

→ Por último, es la gente marginada quien más sufre los efectos directos de las **falsas soluciones a la crisis climática**. Por ejemplo, cuando las comunidades indígenas son expulsadas de su propio territorio de manera forzada para realizar proyectos de compensación de emisiones; o cuando las comunidades más pobres se ven amenazadas por el despojo de tierras para la producción de agrocombustibles.¹³⁶

La cantidad de contaminación climática que provoca un individuo depende sobre todo de sus ingresos y su riqueza.¹³⁷ Entre 1990 y 2015, el 10 % de la ciudadanía europea más rica fue responsable del 27 % de las emisiones totales de la UE; el mismo nivel de emi-

siones que el de la mitad más pobre de toda la población europea junta.¹³⁸ Y las emisiones de los grupos más ricos se aceleran: en el mismo periodo de tiempo, las emisiones del 10 % más rico de la población europea crecieron un 3 % y las del 1 % mucho más pudiente un 5 %, mientras que las emisiones de los segmentos más pobres y de ingresos medios disminuyeron.¹³⁹

Las medidas para tratar la crisis climática no deben ignorar o reforzar esas desigualdades e injusticias dentro o entre países. La política y la acción climática deben afrontar las desigualdades y crear oportunidades para posibilitar una óptima calidad de vida a todos los seres vivos. No existe otra alternativa: **la justicia climática debe llevar a una transformación sobre el concepto de la convivencia en el planeta, la forma de la toma de decisiones, cómo trabajamos, producimos, consumimos o nuestro modo de entender las relaciones con el mundo natural. La justicia climática debe ser tanto local como global.**

ENMARCARCANDO LA JUSTICIA CLIMÁTICA

El proyecto británico Framing Climate Justice, promovido por PIRC, 350.org y NEON, reunió a activistas de todo el movimiento climático británico para compartir los relatos considerados más significativos y fortalecer la lucha por la justicia climática. Los resultados de sus investigaciones y pruebas sugieren algunas formas de comunicar más eficazmente. **Recomiendan una narrativa sobre la solidaridad como la forma más enérgica de transmitir los conceptos fundamentales.**

El mensaje que proponen muestra cómo los países responsables de la crisis climática y las regiones más afectadas deben estar unidas en esta lucha. Esto debe ir acompañado de una referencia a las élites corruptas que se benefician de avivar la crisis medioambiental mientras que las consecuencias las sufren las personas más pobres y desfavorecidas.

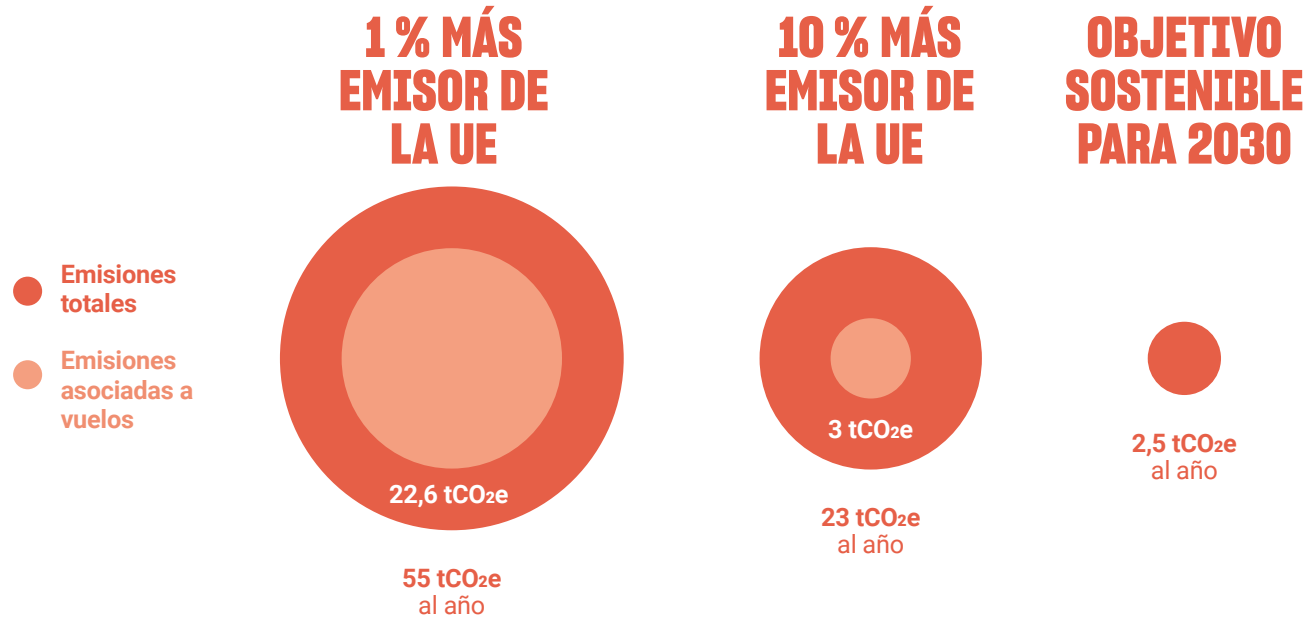
CONCLUSIONES PRINCIPALES SOBRE LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL REINO UNIDO:

Muchas personas han reconocido que diferentes sectores están dañando el planeta, que el consumismo es un problema, que las comunidades se ven afectadas de forma diferente por las consecuencias de la crisis climática y están de acuerdo en que los mayores responsables son quienes deben contribuir más a la solución.

También hay conceptos erróneos comunes, tales como haber llegado a esta crisis por accidente o que la crisis climática no está relacionada con el sexismo o el racismo.

Más información en: framingclimatejustice.org

EL 1 % DE LA POBLACIÓN EUROPEA: EMISIONES DE ALTOS VUELOS



Para permanecer por debajo del límite de los 1,5°, las emisiones por capita deben descender a 2,5 toneladas para 2030. El 1 % más rico de la UE genera 10 veces más emisiones de esa cifra solo con sus vuelos: 22,6 toneladas según un estudio de 2020. Incluso el 10 % más rico emite más emisiones

por volar de lo que correspondería al 1,5°. La población más pobre, en el otro extremo, apenas vuela.

Fuente: Ivanova & Wood (2020): The unequal distribution of household carbon footprints in Europe and its link to sustainability. bit.ly/EUemispc

LA JUSTICIA CLIMÁTICA Y LAS REPARACIONES

Como mayores responsables históricos de la crisis climática, los países, las grandes empresas y la ciudadanía de Europa, América del Norte y otras regiones deben liderar las acciones di-

LOS PRINCIPIOS DE LA JUSTICIA PLANETARIA

- ➔ Reconoce la desigualdad histórica en la cantidad de emisiones causada entre el Norte y el Sur Global, así como la diferente responsabilidad a la hora de remediar la crisis climática.
- ➔ Comprende que la crisis ecológica de nuestro planeta tiene su raíz en las injusticias cometidas por el colonialismo durante siglos, así como en el patriarcado, el racismo y el capitalismo.
- ➔ Hace frente a las desigualdades y crea oportunidades para que tanto los seres sintientes como los no sintientes tengan una buena vida.
- ➔ Cuestiona los poderes que bloquean los procesos de transformación social equitativos.
- ➔ Garantiza los derechos de las generaciones futuras –incluyendo de aquellas personas aún no nacidas– a vivir en un planeta sano.
- ➔ Admite que la crisis climática no es un problema futuro, sino que ya ha causado mucho daño y continúa haciéndolo, lo que está afectando especialmente a los grupos vulnerables y marginados.
- ➔ Realiza un enfoque interseccional de la crisis climática donde las cuestiones de género, clase, raza y otros factores pueden determinar la frecuencia y la dureza de su impacto.

rigidas a reducir las emisiones con urgencia. Además, las deudas ecológicas y climáticas deben ser saldadas para reparar las pérdidas y el daño ocasionados. Aunque ninguna cantidad de dinero en el mundo puede acercarse a reparar realmente este daño, es algo a lo que debemos comprometernos. Esto significa, entre otras cosas, que las empresas y los países del norte que se han beneficiado de la destrucción de la naturaleza, de los medios de subsis-

tencia y del futuro, indemnicen económicamente a las comunidades del sur para las que la catástrofe climática es ya una realidad cotidiana. Las indemnizaciones deben trascender el plano económico. También deben incluir las transferencias tecnológicas, la renuncia a patentes y la cancelación de deuda de los países más vulnerables.

- ➔ Reconoce la desigualdad en la huella de carbono entre y dentro de los países, siendo la población más rica responsable de las emisiones en mucha mayor proporción que la población pobre.
- ➔ Tiene en consideración que se necesita una gran transformación social para afrontar la crisis climática y paliar sus consecuencias.
- ➔ Promueve las indemnizaciones para mitigar el daño y las pérdidas causadas a consecuencia de la destrucción de los medios de subsistencia; estas compensaciones van más allá del apoyo económico e incluyen la libertad de movimiento.
- ➔ Diferencia entre las actividades necesarias y las de lujo para determinar qué sectores o economías necesitan reducir sus emisiones en primer lugar y con mayor urgencia.
- ➔ Garantiza que las medidas contra la crisis climática no vengan impuestas por aquellos sectores que ejercen el poder geopolítico o económico y no perpetúen las dependencias neocoloniales.
- ➔ Reconoce que toda la gente y todo tipo de vida en la Tierra tiene el derecho a formar parte del proceso democrático y los procedimientos de desvinculación del antiguo modelo económico, así como a crear uno nuevo.
- ➔ Afirma que todas las formas existentes de vida en el planeta, tanto humanas como no humanas, merecen justicia.

FUENTES

¹ Bigo (2019): Emissions de CO₂ par mode. bit.ly/CO2par-mode
² Stand Earth (2021): Linked Fates
³ Stay Grounded (2020): Fact Sheet – It’s about more than just CO₂. bit.ly/MoreThanCo2
⁴ Véase infografía en página 14 de este documento.
⁵ Lee et al. (2020): The contribution of global aviation to anthropogenic climate forcing for 2000 to 2018.
⁶ ICCT (2020): CO₂ emissions from commercial aviation: 2013, 2018, and 2019.
⁷ Lee et. al. (2021): The contribution of global aviation to anthropogenic climate forcing for 2000 to 2018.
⁸ Ibid.
⁹ Stay Grounded (2020): Fact Sheet – It’s about more than just CO₂. bit.ly/MoreThanCo2
¹⁰ Ibid.
¹¹ Klöwer et al. (2021): Quantifying aviation’s contribution to global warming.
¹² Ibid.
¹³ Gössling et al. (2019): Can we fly less? Evaluating the ‘necessity’ of air travel.
¹⁴ The Guardian (2019): How your flight emits as much CO₂ as many people do in a year.
¹⁵ CNBC (2017): Boeing CEO: Over 80 % of the world has never taken a flight. We’re leveraging that for growth.
¹⁶ Gössling & Humpe (2020): The global scale, distribution and growth of aviation: Implications for climate change.
¹⁷ Possible (2021): Elite Status. bit.ly/PosElite
¹⁸ ICCT (2020): CO₂ emissions from commercial aviation: 2013, 2018, and 2019.
¹⁹ Gössling & Humpe (2020): The global scale, distribution and growth of aviation: Implications for climate change.
²⁰ The Independent (2019): More British People flew abroad last year than any other nationality.
²¹ Guardian (2019): 1 % of English residents take one-fifth of overseas flights.
²² Possible: Free Ride Project. bit.ly/FreeRidePossible
²³ Possible (2021): Elite Status. bit.ly/PosElite
²⁴ See e.g. WE Forum (2017): Low-cost airlines have democratized travel. It’s time airports did their part
²⁵ Buchs & Mattioli (2021): Trends in air travel inequality in the UK: From the few to the many?
²⁶ Possible (2021): Elite Status. bit.ly/PosElite
²⁷ Henley & Partners (2022): Henley Passport Index, Q1 2022 Factsheet.
²⁸ Johnsson-Latham (2007): A study on gender equality as a prerequisite for sustainable development.
²⁹ The Guardian (2018): Tui’s male employees paid more than double female staff.
³⁰ The Guardian (2018): Inequality at 30,000 feet: is aviation the least progressive industry?
³¹ ACI (2020): The future is female: Closing the gender gap in aviation.
³² FlightGlobal (2021): Aviation’s long route to beating gender inequality.
³³ Stratos (2022): 2022 Key Private Jet Industry Statistics – By Region, By Country, By Type.
³⁴ Transport & Environment (2021): Private jets: can the super-rich supercharge zero-emission aviation?
³⁵ World Inequality Lab (2022): World Inequality Report 2022
³⁶ Gössling & Humpe (2020): The global scale, distribution and growth of aviation: Implications for climate change.
³⁷ Olsen et al. (2013): Comparison of global 3-D aviation emissions datasets.
³⁸ Belcher et al. (2019): Hidden carbon costs of the «everywhere war»: Logistics, geopolitical ecology, and the carbon boot-print of the US military.
³⁹ Stay Grounded (2021): Military Aviation in Climate Policies: A Tradition of Camouflage
⁴⁰ Dray (2020): An empirical analysis of airport capacity expansion.
⁴¹ Ibid.
⁴² Stay Grounded: Map of Planned Airport Projects. bit.ly/SGPlannedAipr
⁴³ Airport Technology (2018): China to build 216 new airports by 2035.
⁴⁴ Environmental Justice Atlas: Map of Airport-Related Injustice and Resistance. bit.ly/AirportConflictMapping
⁴⁵ Stay Grounded (2021): Frequent Flyer Programmes Incentivise Climate Destruction.
⁴⁶ Kelman et al. (2003): Deep vein thrombosis and air travel: record linkage study.
⁴⁷ Waterhouse et al. (2007): Jet lag: trends and coping strategies.
⁴⁸ Hocking & Foster (2004): Common cold transmission in commercial aircraft: Industry and passenger implications.
⁴⁹ Adiga et al (2020): Evaluating the impact of international airline suspensions on the early global spread of

Covid-19.
⁵⁰ Cohen & Kantanbacher (2019): Flying less: personal health and environmental co-benefits.
⁵¹ Bendsten et al. (2021): A review of health effects associated with exposure to jet engine emissions in and around airports.
⁵² Ibid.
⁵³ Wing et al. (2020): Preterm Birth among Infants Exposed to in Utero Ultrafine Particles from Aircraft Emissions.
⁵⁴ Mikati et al. (2018): Disparities in Distribution of Particulate Matter Emission Sources by Race and Poverty Status.
⁵⁵ Seidler et al. (2017): Long-Term Aircraft Noise Exposure and Body Mass Index, Waist Circumference, and Type 2 Diabetes: A Prospective Study.
⁵⁶ Lang (1998): Airport noise is harmful to the health and well-being of children and may cause lifelong problems, Cornell study shows.
⁵⁷ Correia et al. (2013): Residential exposure to aircraft noise and hospital admissions for cardiovascular diseases: multi-airport retrospective study. Peters et al. (2018): Aviation Noise and Cardiovascular Health in the United States: a Review of the Evidence and Recommendations for Research Direction.
⁵⁸ Weuve et al. (2020): Long-term community noise exposure in relation to dementia, cognition, and cognitive decline in older adults.
⁵⁹ European Union Aviation Safety Agency (n.d.): Noise. bit.ly/EASA_Noise
⁶⁰ Stansfeld et al. (2015): Aircraft and road traffic noise and children’s cognition and health: a cross-national study.
⁶¹ Transport & Environment (2021): Don’t Sink Paris. bit.ly/DontSinkParis
⁶² Stay Grounded (2019): Degrowth of Aviation
⁶³ Hemmings et al. (2020): Taxing Aviation Fuel in Europe. Back to the Future? bit.ly/JFuelTaxCountries
⁶⁴ Stay Grounded (2019): Degrowth of Aviation.
⁶⁵ CBAN: bit.ly/CBANagro
⁶⁶ Stay Grounded (2021): Greenwashing. bit.ly/SGGreen-washing
⁶⁷ FlightGlobal (2021): At 6 % of flights, long-haul services emit 51 % of CO₂: Eurocontrol.
⁶⁸ Stay Grounded (2021): Greenwashing. bit.ly/SGGreen-washing
⁶⁹ Ibid.
⁷⁰ Ibid.
⁷¹ FlightGlobal (2020): IATA puts faith in sustainable aviation fuels. bit.ly/faith-in-SAF
⁷² Transport & Environment (2020): 100 times more palm oil in EU diesel than in all Oreo cookies in the world.
⁷³ Stay Grounded (2021): Greenwashing. bit.ly/SGGreen-washing
⁷⁴ CleanSky2 & FCH (2020): Hydrogen-powered aviation, p. 44; IEA (n.d.): Data and statistics. bit.ly/iea-data-statistics
⁷⁵ Scheelhaase et al. (2018): EU ETS versus CORSIA: A critical assessment of two approaches to limit air transport’s CO₂ emissions by market-based measures,
⁷⁶ Öko-Institut for EU Commission (2016). bit.ly/cdm-study
⁷⁷ NYTimes (2021): Wildfires are ravaging forests set aside to soak up greenhouse gases.
⁷⁸ Calel et al. (2021): Do Carbon Offsets Offset Carbon? CESIFO Working Paper.
⁷⁹ Stay Grounded (2021): Air transport can stop increasing its climate impact very quickly without waiting for a hypothetical «green» plane.
⁸⁰ Ullström et al (2021): From aspirational luxury to hypermobility to staying on the ground: changing discourses of holiday air travel in Sweden.
⁸¹ Stay Grounded (2020): Fact Sheet – It’s about more than just CO₂. bit.ly/MoreThanCo2
⁸² IATA: Fly Aware. flyaware.com
⁸³ Transport & Environment (2020): Ryanair fake ‘green’ ad shows why lawmakers must take on its soaring emissions.
⁸⁴ Badvertising (2020): «KLM Airlines Biofuels Ad Deemed «Greenwashing» Says Dutch Advertising Authority», 2020.
⁸⁵ Luchtvaart Nieuws (2021): Green Airlines Reprimanded for «Green» Claim.
⁸⁶ Asdecker (2022): Travel-Related Influencer Content on Instagram: How Social Media Fuels Wanderlust and How to Mitigate the Effect.
⁸⁷ European Investment Bank (2021): EIB Climate Survey 2020–2021.
⁸⁸ Ibid.
⁸⁹ Ibid.
⁹⁰ Ipsos Mori (2019): One in Seven Globally Would Pay More for Travel with Lower Carbon-Footprint than Airplanes.

⁹¹ Higham et al. (2016): Australian climate concern and the attitude-behaviour gap.
⁹² Maio (2011): Don’t Mind the Gap Between Values and Action.
⁹³ Ullström, Strippel & Nicholas (2021): From aspirational luxury to hypermobility to staying on the ground: changing discourses of holiday air travel in Sweden.
⁹⁴ Gössling (2019): Celebrities, air travel, and social norms.
⁹⁵ Söderberg & Wormbs (2019): Grounded Beyond Flygskam.
⁹⁶ Demos (2021): The Climate Consensus: the public’s view on how to cut emissions: results from the climate calculator.
⁹⁷ Edelman (2020): The 2020 Edelman Trust Barometer.
⁹⁸ Ibid.
⁹⁹ Ibid.
¹⁰⁰ Greenpeace (2020): If the airlines want billions of pounds of public money, we should force them to change.
¹⁰¹ Statista (2021): Should the U.S. government bail out the airline industry due to the coronavirus outbreak?
¹⁰² Edelman (2020): The 2020 Edelman Trust Barometer.
¹⁰³ World Economic Forum (2020): At least half of people who have a job fear they’ll lose it in the next 12 months.
¹⁰⁴ Institute of Economic Affairs (2021): Left Turn Ahead? Surveying attitudes of young people towards capitalism and socialism.
¹⁰⁵ Ibid.
¹⁰⁶ Amnesty International & Ipsos Mori (2019): Climate change ranks highest as vital issue of our time – Generation Z survey.
¹⁰⁷ UNDP (2021): The People’s Climate Vote.
¹⁰⁸ Ipsos (2021): Ipsos Issues Index: November 2021.
¹⁰⁹ Gaffney et al. (2021): Global Commons Survey: Attitudes to planetary stewardship and transformation among G20 countries.
¹¹⁰ Ipsos Mori (2020): Around the world, people yearn for significant change rather than a return to a «pre-Covid normal».
¹¹¹ Ibid.
¹¹² Pew Research Center (2021): In Response to Climate Change, Citizens in Advanced Economies Are Willing To Alter How They Live and Work
¹¹³ The Guardian (2020): People plan to drive more post-Covid, climate poll shows.
¹¹⁴ Ibid.
¹¹⁵ YouGov (2021): Changes in Business Travel. <https://bit.ly/YouGovSurveyResults>
¹¹⁶ Ibid.
¹¹⁷ Ibid.
¹¹⁸ Bloomberg (2021): Forever Changed: CEOs Are Dooming Business Travel — Maybe for Good.
¹¹⁹ Moovit (2020): Coronavirus & Your Commute: How Covid-19 is Affecting Public Transportation Around the World.
¹²⁰ Ibid.
¹²¹ Awad-Nuñez et al. (2021): Post-Covid-19 travel behaviour patterns: impact on the willingness to pay of users of public transport and shared mobility services in Spain.
¹²² Graeber (2018): Bullshit Jobs: A Theory.
¹²³ Stay Grounded (2021): «Bullshit Flights»: A debate on legitimate air traffic.
¹²⁴ Stoddard et al. (2021): Three Decades of Climate Mitigation: Why Haven’t We Bent the Global Emissions Curve?
¹²⁵ Hickel (2020): Quantifying national responsibility for climate breakdown.
¹²⁶ Carbon Brief (2021): Analysis: Which countries are historically responsible for climate change?
¹²⁷ Climate Accountability Institute (n.d.): bit.ly/CAICarbonMajors
¹²⁸ Our World In Data (2020): ourworldindata.org/co2-emissions
¹²⁹ Ibid.
¹³⁰ Civil Society Equity Review (2018): After Paris: Inequality, Fair Shares, And The Climate Emergency.
¹³¹ EIGE (2012): Gender Equality and Climate Change.
¹³² Catalyst (2019): Women in Energy: Gas, Mining, and Oil (Quick Take).
¹³³ EJOLT (2013): Environmental Justice.
¹³⁴ Germanwatch (2021): Global Climate Risk Index
¹³⁵ |CRC (2020): Seven things you need to know about climate change and conflict.
¹³⁶ Rosa-Luxemburg-Stiftung (2021): Perspectives on a Global Green New Deal.
¹³⁷ Oxfam (2020): Confronting Carbon Inequality.
¹³⁸ Ibid.
¹³⁹ Ibid.

La utopía está en el horizonte. Me acerco dos pasos,
ella se aleja dos pasos. Camino diez pasos y el horizonte
corre diez pasos más allá. Por mucho que camine, nunca
la alcanzaré. ¿Entonces, para qué sirve la utopía?

Para eso: sirve para caminar.

Fernando Birri



HACIA UN PLANETA JUSTO

Ahora que ya hemos comenzado nuestro viaje de replanteamiento y somos conocedores de **por qué** debemos guiar la industria de la aviación hacia un aterrizaje seguro y establecer las bases de un nuevo sistema económico, es hora de hablar sobre el destino por el que trabajamos colectivamente: una economía basada en el bienestar y la salud del planeta. Los anteriores capítulos aportan datos y cifras que justifican la necesidad de un cambio en nuestro actual sistema económico y de movilidad. Pero tener una idea positiva de lo que podría deparar el futuro, con la que muchas personas puedan identificarse, resulta vital para atraer a la gente. El éxito de las campa-

ñas de comunicación depende de la capacidad de estas para reflejar los deseos y los valores de las personas, así como también evocar y galvanizar el deseo del cambio.

Este capítulo no es un **modelo** de futuro único, sino una **brújula** que puede guiarnos hacia una variedad de futuros mejores y posibles. Trazar el camino hacia una nueva economía es un acto de creación conjunta constante. Aunque hay muchas alternativas disponibles, hay tres grandes elementos que deberíamos incluir: la equidad, el bienestar y **la necesidad de vivir dentro de los límites ecológicos de nuestro planeta.**

EQUIDAD

SUPERAR LAS INJUSTICIAS PARA CREAR UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA

La **equidad** y el enfoque regenerativo de la naturaleza deben ser el centro de nuestra nueva economía si queremos **prosperar dentro de los límites ecológicos**. Y esta justicia debe proyectarse dentro y a través de las fronteras abordando las injusticias relacionadas con la raza, el género y la clase, así como las desigualdades geográficas y la deuda ecológica. Al priorizar la justicia y cubrir las necesidades de todas, la nueva economía podría dar lugar a la adopción de formas más democráticas y participativas para la toma de decisiones de ámbito local.

Las políticas para hacer frente a los legados de las injusticias mundiales deberán tener una dimensión global, pero estar lideradas por iniciativas locales. Podrían abarcar desde nuevos modelos de propiedad y gobernanza de empresas basadas en la mutualidad y el cooperativismo que garanticen un reparto más equitativo de los beneficios económicos. También podrían incluir políticas como los Servicios Básicos Universales (SBU),¹ donde los elementos básicos de una buena vida (la educación, la vivienda, la atención sanitaria y la movilidad, entre otros) no se rijan por la lógica del beneficio. También podría existir una Renta Básica Universal (RBU) para garantizar que todas las personas tengan los medios necesarios para llevar una vida digna y más plena. Esto también significaría que el valor que todas las personas creamos con nuestro trabajo se reparte de forma equitativa y justa teniendo en cuenta el trabajo no remunerado, hasta ahora, como es la crianza de los hijos y el cuidado de los ancianos de nuestras comunidades. Sin embargo, debido a la magnitud de este cambio tan necesario, es importante que las políticas no se apliquen solo para estimular un crecimiento más perjudicial y poco equitativo.

La actividad económica podría

orientarse a promover el **bienestar humano** en lugar de maximizar los beneficios. Una economía del bienestar revertiría la situación actual en la que quienes menosprecian el valor social y medioambiental están altamente remunerados y se encuentran en una situación de privilegio, como son los ejecutivos de las finanzas especulativas y de la publicidad. En su lugar, se garantizaría que las personas que a día de hoy están peor remuneradas y tienen un empleo precario, como aquellas personas que trabajan en la educación, los cuidados, el personal de limpieza y muchos otros, sean valoradas de manera más digna.² Esto se garantiza, entre otras cosas, con una renta mínima y máxima para todas las profesiones, lo que reduce las presiones del corsé del crecimiento y del empleo, así como el estatus otorgado por la capacidad de consumo.

Los beneficios de una nueva economía deben ser repartidos de manera justa dentro de la sociedad, reconociendo y respetando los límites del planeta. Se tendrán más en cuenta las opiniones de las personas trabajadoras sobre sus condiciones laborales y cómo la industria enfoca su futuro. Una democracia de mayor alcance con prósperas cooperativas, una economía solidaria en la que nuevas formas de propiedad de la producción y otro modelo de movilidad ayudarán a reorientar a aquellas industrias y negocios que generan la crisis climática hacia un creciente bienestar de la ciudadanía. Imaginemos que los fabricantes de aviones comiencen a construir generadores eólicos, o que las fábricas de automóviles se dediquen a crear un transporte público, limpio y asequible, o aprovechar las tierras destinadas al cultivo de agrocombustibles para ser reutilizadas y reforestadas.

BIENESTAR

CONSTRUYENDO UNA ECONOMÍA QUE PROMUEVA EL BIENESTAR HUMANO, NO LOS BENEFICIOS

Trabajar menos y disponer de más tiempo libre para lo que nos gusta po-

dría convertirse en la nueva norma. Esto también cambiaría nuestra relación con el concepto del tiempo y las «vacaciones», permitiéndonos viajar de manera más prolongada y sostenible. Una adecuada oferta de servicios en el centro de trabajo permitirá a las personas disponer de más tiempo para aprender, dar, tomar conciencia, estar activas y relacionarse como ciudadanas, vecinas, colaboradoras y voluntarias, todas ellas habilidades cruciales para alinear a la humanidad con los límites del planeta. Trabajar irá en beneficio de la sociedad y no en el de los accionistas y las primas de los ejecutivos. Al llevar a cabo **un trabajo que realmente mejore el bienestar de las personas** que existen y de las que aún están por llegar, éste tendrá un mayor significado y propósito. Puede que a partir de entonces empecemos a disfrutar de los lunes.

El éxito social y económico ya no se mide en términos de productividad y crecimiento, sino en el bienestar y la salud de la ciudadanía y del planeta. Este nuevo modelo requiere **nuevos indicadores y dejar atrás el anticuado PIB (producto interior bruto)**, el cual no distingue entre una actividad económica beneficiosa o perjudicial. En su lugar, existen nuevos criterios que reflejan la diversidad de las necesidades humanas y respetan otras partes del planeta vivo y sus límites. Por fin reconoceremos que, a menudo, menos significa más.³

LA SALUD PLANETARIA

EL BIENESTAR DE LA HUMANIDAD DENTRO DE LOS LÍMITES PLANETARIOS

Para progresar dentro de los límites del planeta, la nueva economía debe centrarse en **lo que la gente necesita para disfrutar de una vida de calidad**, no en lo que se le hace creer que necesita. Al fin y al cabo, lo que pensamos que queremos está condicionado y mantenido por la publicidad, que intenta vendernos productos y servicios que no necesita-

mos y que no nos aportan felicidad, alegría o sentido. Ya no deberíamos aspirar a o considerar aceptable el hecho de consumir bienes sin sentido que no están hechos para durar o que causan un impacto negativo en el planeta, como son los vuelos innecesarios. En su lugar, nuestras sociedades empezarían

Quienes defienden el actual modelo económico global a menudo dicen que no existe alternativa. Sin embargo, aquí se presentan algunos ejemplos, tanto prácticos como teóricos, de alternativas al sistema actual.

Buen Vivir, también llamado Sumak Kawsay, constituye un principio de la cosmovisión de los pueblos indígenas de la región andina. Se basa en la vida sostenible dentro de una comunidad de seres humanos y el resto del planeta viviente.

Las comunas son sistemas sociales basados en un grupo determinado de personas que comparten y utilizan ciertos recursos de manera conjunta bajo unas reglas. Los ejemplos clásicos son las zonas de pastoreo o los caladeros, pero también existen bienes comunes digitales como Wikipedia.

El decrecimiento representa un movimiento y disciplina académica que cuestiona los paradigmas del crecimiento económico permanente. Reivindica una reducción redistributiva abierta y democráticamente planificada de la producción y el consumo para lograr la justicia social, la sostenibilidad medioambiental y el bienestar social.

La economía del donut es un marco para una economía sostenible en armonía con los límites planetarios. Visualiza unos cimientos sociales y un techo ecológico entre los que puede prosperar una economía sostenible para la humanidad.

El ecosocialismo es una corriente ecológica basada en el marxismo. Considera que el modo de producción y consumo capitalista es la causa principal de la degradación ecológica y de la miseria humana, y reclama una transición hacia una economía de gestión pública y planificada bajo parámetros democráticos.

El Confederalismo Democrático de Kurdistan es un proyecto de autonomía democrática basado en el trabajo de Abdullah Ocalan. Entre sus objetivos se encuentran la igualdad de género y la ecología. Ha tenido su materialización en el noreste de Siria, en la región de Rojava.

a valorar más el tiempo libre con las amistades y las familias en espacios verdes públicos accesibles y en nuestras instalaciones comunitarias, a las que se puede llegar con un sistema de movilidad sostenible y público de alta capacidad.

Nuestra **obsesión por el crecimien-**

to económico, la competencia implacable entre unos y otros y el culto a la propiedad privada dejarían de ser prioritarias. Las industrias que no puedan adaptarse a los límites planetarios se reducirán a la mínima expresión y serán gradualmente eliminadas como parte de una transición justa.

ALTERNATIVAS AL CAPITALISMO NEOLIBERAL Y GLOBALIZADO

La apertura de espacios es un concepto para transformar los lugares locales en espacios abiertos para la solidaridad social y política. El redimensionamiento y la relocalización de la actividad económica pretenden contrarrestar las tendencias dañinas de la globalización y permitir una mayor autonomía, democracia y sostenibilidad.

Prakritik Swaraj, o ecoswaraj, es una modalidad de organización social y política india que puede definirse, de forma simplificada, como un autogobierno. Los aspectos más importantes son la autonomía y la libertad de los individuos y las comunidades, además de una ética de responsabilidad hacia los demás seres, incluida la naturaleza no humana.

El postcrecimiento se basa en el reconocimiento de los límites naturales y sociales del crecimiento económico y busca promover el desarrollo de medidas de bienestar social diferentes al crecimiento económico.

La filosofía ubuntu es un concepto generado en el África meridional traducido como «humanidad» o «humanismo». Esta filosofía defiende que un individuo solo puede reconocer su verdadera humanidad en su relación con otros humanos y no humanos.

La economía del bienestar designa un amplio espectro de ideas y medidas que trabajan en favor de la visión común de una economía diseñada para el bienestar colectivo. La idea clave es la calidad de vida y la prosperidad para todas las personas y la sostenibilidad para el planeta.

La autonomía zapatista es el eje central de la rebelión del movimiento zapatista en Chiapas, al sur de México. Lucha por la autodeterminación indígena como una alternativa radical y digna al sistema extractivista y las instituciones que lo componen.

Fuente: Kothari et al. (2019) Pluriverse. A Post-Development Dictionary.

Otro mundo no solo es posible, sino
que está en camino. En un día
tranquilo, puedo oír su respiración

Arundhati Roy



LAS NUEVAS NARRATIVAS

El mundo alternativo descrito en la última sección seguramente llegará en tren y puede que ya esté en camino. Este apartado desarrolla cinco maneras de hablar sobre la aviación y el viaje transformador que necesitamos realizar. Estos nuevos discursos son los cimientos para construir una nueva comunicación e incluyen algunos ejemplos de cómo pueden resultar poderosos. Estas narrativas están pensadas para

que cualquier persona se inspire en ellas y puedan ser adaptadas o desarrolladas en diferentes circunstancias culturales y campañas. Siempre interconectadas, se solapan y moldean sus significados. Juntas, pretenden revelar las realidades de la aviación e invitar a la gente a imaginar alternativas, fomentar la imaginación y plantear la pregunta clave: «¿qué pasaría si ...?»



LA CODICIA DE LA AVIACIÓN

Sobre cómo la aviación prioriza su propio bien por encima de las necesidades del resto, cómo se enriquece a costa de las personas, la naturaleza y las comunidades, y cómo se beneficia a sí misma mientras traslada los daños y los costes a los demás.



UN DESTINO COMÚN

Sobre cómo un planeta habitable es nuestro único destino común viable. Y por qué en nuestro hogar planetario compartido no necesitamos más tráfico aéreo y turismo para progresar. Sin embargo, el hecho de que una pequeña minoría rica de la población mundial vuele con regularidad, y que un número aún menor se haga con los beneficios, es un gran obstáculo para completar el viaje.



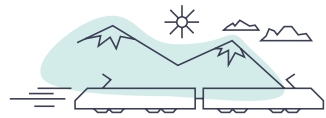
VERDE SIGNIFICA EN TIERRA

Trata sobre por qué las promesas de cambio de la industria no son más que lavado verde y cómo la movilidad puede ser realmente sostenible. La única manera de sentar las bases de unos sistemas viables ecológicos y sociales es reducir el tráfico aéreo y fomentar otras opciones.



UN ATERRIZAJE SEGURO

Sobre cómo los tiempos están cambiando y la aviación necesita afrontar la realidad y encontrar una alternativa segura para las personas que trabajan en el sector. La crisis climática, los cambios en los patrones culturales, el aumento del contacto virtual y las reacciones a la pandemia implican que el cambio es inevitable y se producirá fruto de nuestra planificación colectiva o de forma incontrolada o catastrófica.



DISFRUTAR DEL VIAJE

Sobre las alternativas a la aviación, y cómo viajando de otras maneras podemos disfrutar más de nuestras vidas y de los propios viajes en un camino compartido hacia una sociedad justa y sostenible.

LA CODICIA DE LA AVIACIÓN



«¿CUÁNDO UTILIZAR ESTA NARRATIVA?»

Esta narrativa puede utilizarse para rebatir y revertir los argumentos según los cuales la industria de la aviación y la ampliación de aeropuertos aportan importantes beneficios económicos, inversiones y creación de empleo. En su lugar, se presenta a la industria como una merma de recursos a la sociedad y el planeta que no podemos permitirnos.

La industria de la aviación es, en realidad, un codicioso mecanismo generador de contaminación que estafa a las personas y al planeta a pesar de sus grandes presiones para convencernos sobre sus cuantiosos beneficios económicos. Su narrativa defiende que es una fuente vital e indispensable de creación de riqueza para las economías, y que proporciona los tan necesarios puestos de trabajo y las oportunidades de ocio a las que se aspira. La realidad, en todos los aspectos, es bien diferente a este discurso. Mientras se obtienen beneficios para los accionistas y se pagan los mejores sueldos a los altos directivos, el clima, las trabajadoras del sector, la sociedad que paga sus impuestos y las comunidades locales se ven gravemente afectadas por su actividad.

La industria de la aviación enriquece solo a unas pocas personas, mientras que sus grupos de presión siguen con su acción intimidatoria para conseguir más exenciones fiscales, subsidios y rescates financieros. A su vez, se opone a las nuevas soluciones para afrontar los problemas de la naturaleza y la emergencia climática. Durante la pandemia lo vimos claramente (véase:

artículo sobre el rescate de las aerolíneas – página 44) con aerolíneas que recibieron miles de millones de dinero público mientras despedían al personal, se enfrentaban a los sindicatos, realizaban contratos precarios y presionaban para que se debilitaran las normas medioambientales. Además, en el punto álgido de la pandemia, cuando se elaboraron los grandes planes de rescate en la mayoría de los países, personas expertas en economía de todo el mundo consideraron que los rescates incondicionales de las aerolíneas eran los menos rentables y convenientes.⁴

Para construir una economía justa, será fundamental que la industria de la aviación deje de recibir un trato económico privilegiado. Las compañías aéreas están al servicio de sus inversores y, a pesar de su engañosa mercadotecnia, que dice lo contrario, su lealtad reside en sus accionistas, muchos de los cuales también forman parte de las élites más contaminantes. Incluso cuando las compañías aéreas son privadas y no están gestionadas por los gobiernos, están subvencionadas y apoyadas con recursos públicos, disfrutaban de combustible exento de im-

«¿CÓMO PUEDO EMPLEARLA?»

El uso de esta narrativa para acciones específicas, por ejemplo, con respecto a los rescates de la industria, puede resultar muy eficaz. En el caso de las intervenciones sobre la ampliación/construcción de aeropuertos, puede ayudar a reforzar la oposición local al aprovechar los argumentos contra la avaricia de la industria y evocar los valores de justicia y comunidad.

puestos y cuentan con infraestructuras y sistemas reguladores «favorables».

Todo esto equivale a miles de millones en concesiones cada año a una industria que destruye el clima y que hoy en día nos estafa y destroza nuestro futuro.

No resulta sorprendente que las necesidades de la clase trabajadora y sus comunidades no sean una prioridad para la industria. En su lugar, priorizan el beneficio sobre el bien común y los dividendos de los accionistas sobre el aire limpio y los cielos despejados. Esto no quiere decir que una aerolínea nacionalizada vaya a anteponer automáticamente los intereses de muchos a los de unos pocos, pero podría ayudar a ampliar las prioridades de la industria más allá de los beneficios. La clave para ello es una organización más democrática en la que la toma de decisiones cuente con la participación real de las trabajadoras. **A través de este tipo de dinámicas, se pueden aprovechar las oportunidades para proteger los medios de vida, promover los derechos en el entorno laboral y democratizar el proceso de cierre de la industria mediante una transición justa** (véase: Un aterrizaje seguro – página 58).

LA VIEJA NARRATIVA DE «LA EXAGERACIÓN ECONÓMICA»

La vieja historia contada por la industria es que el transporte aéreo es uno de los motores más importantes para crear una economía accesible para todas las personas. Les encantaría que creyéramos que la aviación solo es responsable de una parte muy pequeña de las emisiones mundiales y que, sin embargo, el sector ya ha hecho y sigue haciendo mucho para ser más respetuoso con el clima. Los grupos de presión del sector de la aviación argumentan, con cara seria y sin ironía evidente, que para que la industria sea aún más ecológica, hay que evitar cargas como un impuesto sobre el queroseno, los precios del carbono o una normativa severa: solo entonces las aerolíneas y el resto de la industria podrán invertir en «combustibles de aviación sostenibles», aviones eléctricos e hidrógeno. Para que despeguen, estas tecnologías deben contar con el apoyo de los gobiernos.

El argumento de la «exageración económica» intenta dibujar la imagen de una industria indispensable para la economía mundial. Sostiene que millones de puestos de trabajo dependen de ella directamente y muchos más indirectamente. Sin el transporte aéreo, las economías nacionales y regionales quedan aisladas del resto del mundo, según dicen. Por eso, supuestamente el sector de las aerolíneas merece recibir subvenciones gubernamentales. Por lo tanto, argumentan que los rescates durante la pandemia de Covid-19 eran necesarios para proteger los puestos de trabajo y reducir el impacto negativo en el conjunto de la economía. Pero, como explicamos en esta guía, estos argumentos son falsos, engañosos o muy exagerados.

¡LA CODICIA DE LA AVIACIÓN!

No podemos permitirnos que las aerolíneas sean entidades codiciosas cuando una economía justa del bienestar necesita que las empresas trabajen para las personas, la naturaleza y el clima, y no contra ellas. Las compañías aéreas han evitado rendir cuentas sobre la reducción de la contaminación y, sin embargo, los gobiernos siguen sosteniéndolas y apoyándolas, haciendo recaer sobre el contribuyente la carga financiera de su existencia subvencionada.

Los mensajes que ayudan a comunicar la idea de la «codicia de la aviación» son los siguientes:

- **La industria de la aviación es «avariciosa» y nos está estafando. Se mantiene a costa de los demás:** durante décadas ha eludido pagar su precio y respetar las normas medioambientales que otros cumplen para proteger a las personas, a la naturaleza y el futuro de todas.
- **El sector de la aviación está llevándose el dinero de to-**

das: esta industria se costea con el dinero público y tiene preferencia a la hora de recibir los rescates gubernamentales mientras despide a sus trabajadoras y hunde la economía, esquilmando los recursos y dejando en la sombra formas más accesibles y menos contaminantes de viajar.

→ **La industria de la aviación permite que una pequeña y muy rica parte de la élite contamine a coste de todos:** se siente con más derecho del que le corresponde a generar un volumen de contaminación que el clima ya no puede soportar.

→ **Los aeropuertos y las aerolíneas son malos vecinos: ganan dinero manteniendo a las comunidades despiertas por la noche y expulsando gases tóxicos.** Las repercusiones de las operaciones aeroportuarias sobre la salud mental y física recaen en gran medida y de forma desigual sobre las comunidades locales y las personas empleadas en el sector.

UNITED AIRLINES

RECIBE UNA LLUVIA DE FONDOS DE RESCATE, PERO DEJA A SU PERSONAL EN LA ESTACADA.

Cuando la pandemia por Covid-19 más hizo sentir sus efectos, numerosos sectores se paralizaron en todo el mundo. En ninguno este hecho fue más evidente que en la aviación internacional. Con los aviones pegados al suelo, las personas empleadas en el sector no tenían posibilidad de trabajar y el sustento de millones de familias se vio en peligro. En respuesta a esta parálisis forzosa, los gobiernos entregaron a los operadores aéreos miles de millones de dólares para salvaguardar los puestos de trabajo del sector, mientras la pandemia empujaba a la economía mundial hacia su peor crisis desde la Segunda Guerra Mundial.

En los Estados Unidos, el gobierno acordó un plan de rescate para la industria de la aviación por un total de 25 000 millones de dólares como parte de la Ley de Ayuda, Alivio y Seguridad Económica del Coronavirus, dotada con 2,2 billones de dólares.⁵ Las condiciones de este rescate eran claras: permitir a las compañías aéreas seguir pagando los salarios y los beneficios a sus plantillas durante los siguientes meses para ayudarles a superar la pandemia. Hubo varias beneficiadas, entre ellas Delta, Southwest, JetBlue y American, pero la actuación de una aerolínea en particular es digna de un análisis más específico: United Airlines.



United Airlines es la tercera aerolínea más grande del mundo.

United Airlines recibió un rescate de 7700 millones de dólares, con una inyección adicional de 2400 millones a principios de 2021. La mayor parte de este dinero fue entregado en forma de subvención, pero United Airlines tendrá una deuda con el Tesoro de los Estados Unidos de unos 3000 millones de dólares. La subvención, sin embargo, está sujeta a que United Airlines mantenga a

sus 74 400 empleadas, ayudándoles a salvaguardar sus medios de vida en un momento tan precario.

Sin embargo, mientras se venía advirtiendo continuamente al personal de que se avecinaban despidos, el dinero del rescate se utilizó para devolver miles de millones a los accionistas y ejecutivos de la aerolínea. Apenas dos meses después de que se materializa-

Trabajadoras y trabajadores del sector de la aviación miembros de Safe Landing se unieron a las movilizaciones organizadas durante la COP26 de 2021 en Glasgow.



ra el rescate, United Airlines avisó de la pérdida de puestos de trabajo a casi la mitad de su plantilla en los Estados Unidos, unas 36 000 empleadas.⁶ La mayor parte de esta plantilla eran auxiliares de vuelo (15 000) y personal de atención al cliente (11 000), además de pilotos (2250). Los sindicatos describieron este hecho como «un puñetazo en el estómago».⁷

A lo largo de la pandemia, los trabajadores recibieron constantes recordatorios sobre la inseguridad de sus puestos de trabajo y la incertidumbre del salario y los beneficios, cuando United Airlines había gastado 8570 millones en recompra de acciones entre 2014 y 2019.⁸ También se comprometió a recompensar a sus altos ejecutivos con 7,5 millones de dólares y se espera que los beneficios se recuperen en 2023.⁹ De momento se desconoce el número exacto de pérdidas de puestos de trabajo, pero no es de extrañar que los trabajadores sientan que el daño ya está hecho: «me siento traicionado», dijo un trabajador en Texas: «hemos servido durante muchos años a esta empresa. Nos hemos dejado la piel».¹⁰

Pero, ¿todo eso para qué? Solo para que justo después United Airlines anuncie la adquisición de quince aviones supersónicos en un inoportuno intento de resucitar los días del Concorde

de 2003.¹¹ En plena crisis climática, y después de amenazar a su plantilla con la pérdida de sus puestos de trabajo, semejante estrategia de una empresa súper contaminante es simplemente indignante. Cuando estos aviones entren en circulación en 2029, solo ofrecerán una reducción del 30 % en la duración del viaje, a la vez que quemarán entre cinco y siete veces más combustible. Por supuesto, United Airlines insiste en que estos aviones funcionarán con «combustibles sostenibles» a pesar de que los agrocombustibles solo representan el 0,01 % del combustible utilizado actualmente por la aviación.¹²

El parón impuesto a la aviación por la pandemia mundial y la reducción de la demanda de vuelos prevista para los próximos años podría aprovecharse como una oportunidad para garantizar una transición justa para las personas empleadas en el sector de la aviación y aquellas que trabajan en sectores afines, así como para apartar a este sector de su peligrosa tendencia hacia

el crecimiento ilimitado. Además de asegurar el sustento de miles de personas durante la pandemia, el dinero del rescate recibido por United Airlines podría haberse destinado directamente a programas de reciclaje profesional para ayudar a su personal a encontrar empleo en sectores de bajo impacto medioambiental en el futuro. También se deberían haber establecido condiciones al dinero del rescate evitando que se utilizara para llenar los bolsillos de los accionistas y ejecutivos, y en su lugar destinarlo a la transición de las trabajadoras de los sectores contaminantes a otros limpios, como es el transporte público. El continuo maltrato a sus plantillas por parte de las empresas del sector que se han visto favorecidas por los rescates públicos durante la pandemia mundial pone de manifiesto la gran importancia de situar a las empleadas y a los sindicatos al frente de una transición justa. Serán aquellas quienes construyan el futuro.

UN DESTINO COMÚN



«¿CUÁNDO PUEDO UTILIZAR ESTA NARRATIVA?»

Esta narrativa es especialmente relevante para aportar un contexto más realista sobre el papel de la industria de la aviación desde una óptica global, destacando la injusticia y la desigualdad de sus impactos especialmente en lo que respecta a las personas y comunidades del Sur Global. Se trata de demostrar que un futuro con menos aviación contribuye al beneficio común de la humanidad.

«¿CÓMO PUEDO EMPLEARLA?»

Esta narrativa es versátil y puede utilizarse en diversos contextos e intervenciones. Es eficaz a la hora de cuestionar que la idea de volar está al alcance de todas las personas o que la industria de la aviación aporta beneficios a las regiones más empobrecidas. Al centrarse en la desigualdad de acceso y sus impactos, se pueden poner en el punto de mira conceptos como la equidad y la justicia.

Nuestro destino común es un mundo en el que todos podamos vivir plenamente.

Esto significa que debemos sentar las bases de una economía justa y sostenible con una movilidad accesible para todas las personas. Ello implica que una minoría de la población mundial se desplace de forma menos contaminante, y que los países de renta baja dependientes del turismo tomen nuevas direcciones de desarrollo. Y es que, a medida que la movilidad se transforma, también lo hacen la forma y el motivo por el que viajamos, al igual que nuestros conceptos sobre los viajes y el turismo.

La narrativa que identifica la aviación con el progreso parte de una idea parcial, errónea y limitada de lo que es realmente ese «progreso»: que la vida mejora para todas las personas como resultado del desarrollo tecnológico y del crecimiento económico. Pero esto es como decir que todo el mundo se moja cuando llueve. No explica si la gente tiene un techo bajo el que cobijarse, o si hay una inundación que arrasa con sus cultivos. Para muchos puede que no haya ningún progreso, o que las cosas empeoren (véase el recuadro: La clásica historia del «engaño del desarrollo»).

Las comunidades quieren determinar su propio futuro y muchas no comparten el objetivo de volar con más frecuencia como parte de él. Por ello, **las infraestructuras de transporte deben diseñarse para satisfacer las necesidades locales y garantizar una movilidad asequible que apoye los medios de vida locales, no los de una élite privilegiada.** En muchos lugares, más que un nuevo aeropuerto, sería más necesario un servicio de autobuses adecuado o trenes fiables y de calidad. Las regiones más pobres del planeta también necesitan nuevos sistemas de transporte sostenible que deben financiarse y construirse con la ayuda de los países más ricos. Esto es lo que exige el hecho de reconocer nuestro destino común y la responsabilidad histórica del norte en relación con los daños climáticos. **Solo trabajando conjuntamente podremos resolver las crisis que afectan al planeta en su conjunto.**

Es importante destacar que no solo hay una única alternativa al engaño del «desarrollo». Existen muchos otros mundos posibles, lo que algunas personas han llamado un «pluriverso».¹³ Estos varían desde el enfoque latinoame-

ricano del Buen Vivir hasta la economía del bienestar, pasando por el concepto sudafricano de ubuntu y la apertura de espacios como dinámicas alternativas y contrarias a la globalización. Aunque son variados, suelen estar unidos por el objetivo común de satisfacer las verdaderas necesidades de las personas, respetando los límites del mundo natural y encontrando un nuevo equilibrio (véase el recuadro: Modelos económicos alternativos – página 39).

La aviación, en cambio, no tiene límites. El deseo de estar conectado internacionalmente es una realidad, pero hay formas de satisfacerlo cultural y virtualmente sin necesidad de subirse a un avión con regularidad. La experiencia de la pandemia ha mostrado múltiples posibilidades de conexión que no dependen de tomar un avión. Resulta tentador preguntarse cómo sustituiríamos los viajes si se reduce drásticamente la aviación. Pero eso pasa por alto un punto importante. Dado que la realidad es que la aviación trae más perjuicios que beneficios, tener un sector del transporte aéreo más pequeño sin duda mejorará las cosas. También porque la aviación no es ni justa ni

LA VIEJA NARRATIVA DE «LA DECEPCIÓN DEL DESARROLLO

El sector afirma que el transporte aéreo es un catalizador del desarrollo sostenible y resulta esencial sobre todo para los países de los «mercados en crecimiento» de África, Asia y América Latina. Este argumento se basa en la idea de que el crecimiento económico impulsado por la aviación creará prosperidad y permitirá liberar el potencial de aquellas regiones en las que mucha gente aún no puede emprender un vuelo. Afirma que para las comunidades de todo el mundo que carecen de infraestructuras viales o estas son deficientes, o los estados insulares remotos, el transporte aéreo tiene un papel fundamental. Su postura es que, aunque no todas las personas tengan aún la posibilidad de tomar un vuelo, esto cambiará. En lugar de ser un capricho de las élites adineradas, sostienen que la aviación se está empezando a democratizar.

Utilizará este argumento para defender la expansión en otras regiones y también afirmará que los beneficios de la conectividad deben estar protegidos por las subvenciones de los gobiernos si se quiere que el sector de la aviación aproveche su potencial como conector para las personas, el comercio y el turismo, y sea un motor del desarrollo sostenible. Está implícita la sugerencia de que todo el mundo se encuentra en un viaje hacia los niveles de consumo que se dan en las zonas más ricas de Europa y Norteamérica, y que todos los países deberían compartir el mismo futuro de plena integración dentro de una economía global basada en un comercio no regulado y una aviación sin barreras. La industria asegura que un transporte aéreo accesible y asequible, y una buena comunicación con el resto del mundo son un derecho que no debe negarse a nadie a nivel mundial.

UN DESTINO COMÚN

Nuestro destino común es un mundo justo que no esté sumido en el deterioro climático, en el que las personas y el resto del planeta viviente puedan salir adelante de forma plena. Da prioridad a las necesidades, deseos y medios de vida de todas las personas y reconoce que la actual industria de la aviación y su crecimiento suponen un coste para todas y perjudican a las comunidades marginadas de todo el mundo.

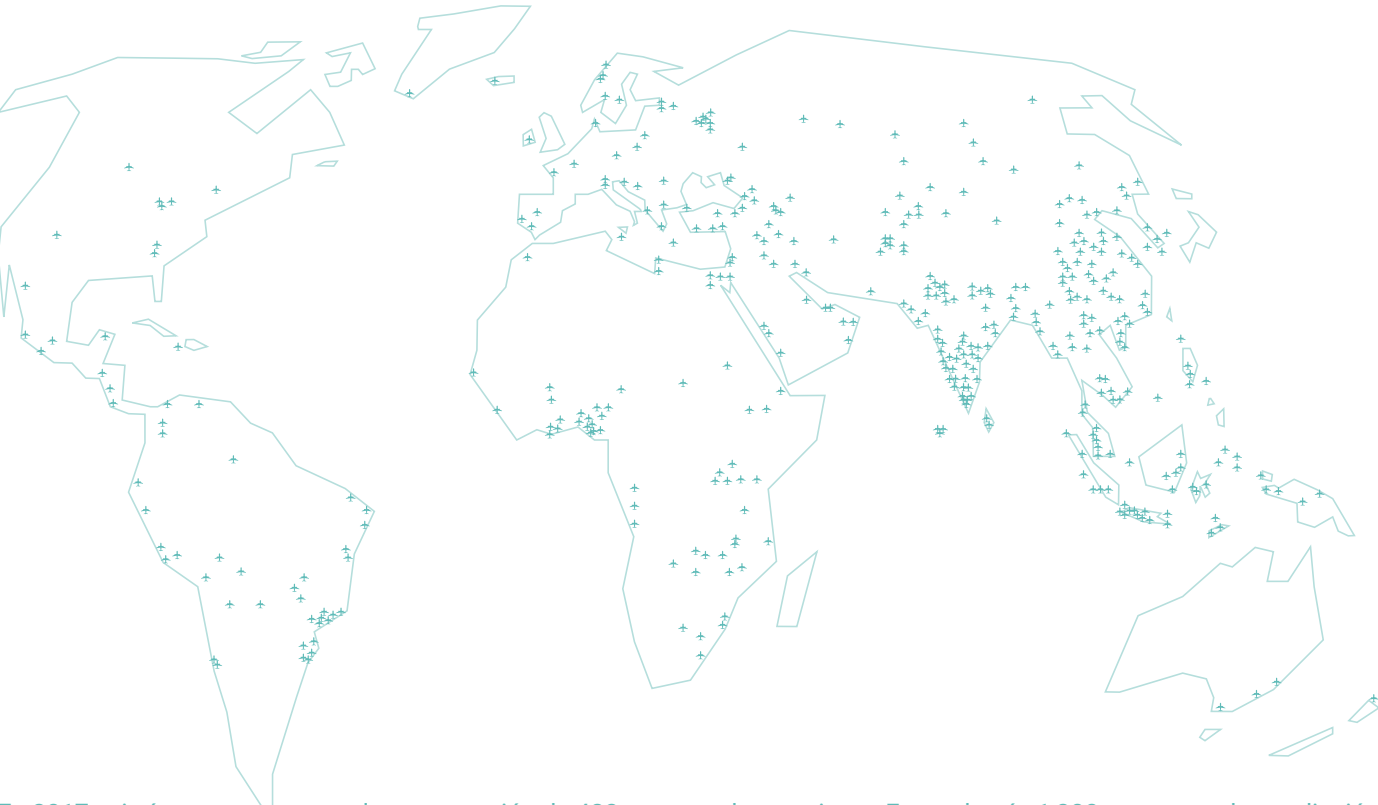
Los mensajes para apoyar la comunicación de la narrativa acerca del «destino común» son:

- **Nuestro destino común es un mundo en el que todas podamos prosperar:** el crecimiento de la aviación implica infraestructuras muy costosas que no se ajustan a las necesidades locales. Y lo que es peor, perjudica al mundo natural, la salud y los medios de vida de las comunidades.
- **Reducir la aviación crea nuevas oportunidades:** la disminución de los vuelos abre posibilidades y libera recursos para imaginar y diseñar un transporte que satisfaga las necesidades de la población local y sus medios de vida.
- **Las opciones de transporte deben ser moldeadas por las comunidades que las necesitan y utilizan:** en lugar de ser

impuestas, como los aeropuertos y las autopistas, las comunidades deben poder participar en la creación conjunta de sistemas de transporte que cubran y respeten sus necesidades.

- **Una mayoría de la población mundial sufre por el crecimiento de la aviación impulsada por los beneficios y los vuelos privilegiados de unos pocos:** las molestias, la contaminación y los trastornos climáticos causados por la aviación perjudican más a los que menos viajan en avión. La construcción de las infraestructuras de la industria de la aviación vulnera los intereses y las necesidades de las comunidades locales, lo que suele generar resistencia y conflictos.
- **Las falsas propuestas ejercen más presión sobre las personas más desfavorecidas:** los proyectos de lavado verde, como las compensaciones de emisiones y los agrocombustibles, suelen tener consecuencias negativas para las comunidades locales de los países más pobres, especialmente para los pueblos indígenas, como el arrebato de las tierras necesarias para cultivar alimentos.

CIENTOS DE NUEVAS PISTAS Y AEROPUERTOS PROYECTADOS EN TODO EL PLANETA



En 2017 existían proyectos para la construcción de 423 nuevos aeropuertos en todo el mundo. De ellos, 223 se encuentran en la región de Asia-Pacífico y 58 en Europa. La construcción de nuevas pistas (121 en todo el mundo de las cuales 28 en Europa) también había sido planificada. Lo que este mapa no muestra son otras 205 ampliaciones de pistas, 262 nuevas terminales y 175 ampliaciones de terminales adicionales previstas.

En total, más 1 200 proyectos de ampliación de infraestructuras aeroportuarias que conllevarán impactos sobre la salud, ruido, pérdidas de hogares, biodiversidad y tierras cultivables. Además de una aceleración de la crisis climática.

Fuentes: Centre for Aviation: Airport Construction Database CAPA (cifras de 2017)

igualmente accesible para todos. Si nos fijamos en los vuelos por persona, Europa, América del Norte y otras regiones del Norte Global superan ampliamente a la mayoría de los países de Asia, América Latina y África. Una distribución desigual que no cambiará significativamente en las próximas décadas, tal y como indica la propia industria.¹⁴

Si nos guiamos por lo que dice dicha industria, el único camino para tener una economía plenamente desarrollada es estar conectado a la red de la aviación global. Pero la construcción y ampliación de aeropuertos y de las infraestructuras de combustibles fósiles de las que dependen no implica que la propia población local disfrute de una mayor movilidad. La población más

humilde suele vivir en las inmediaciones de los aeropuertos o en los lugares donde se van a construir y, por tanto, se considera un mero obstáculo que se interpone en el camino de los beneficios del sector.¹⁵ Aquí, la población local ni siquiera piensa en la posibilidad

de tomar un avión. Por el contrario, los aeropuertos nuevos y los que están en proceso de ampliación suponen un peligro para los recursos locales, como el suelo y el agua, que, a diferencia de la actividad de lujo de volar, son los elementos básicos de toda vida.

El número y el tamaño de aeropuertos aquí es desproporcionado con respecto a la cantidad de gente que los utiliza

Darío Solano, Fundación Cultural La Negreta, Dominican Republic



Los miembros de Stay Grounded se manifiestan en todo el planeta contra la construcción y ampliación de aeropuertos, como Gabriela Téllez y otros compañeros en Ciudad de México. © CPOOEM

El turismo es la causa de muchos de los vuelos y es una industria problemática por diferentes razones. Muchos lugares del Sur Global recurren al sector turístico para obtener ingresos porque se les niegan otras oportunidades debido al sistema económico global injusto y desigual. Se crean algunos puestos de trabajo, pero **el turismo puede ser un actividad perjudicial y extractiva para la población y las economías locales cuando se descontrola**, al igual que la minería y la agricultura. Los hoteles pueden perjudicar el suministro de agua local y otros recursos naturales; las personas empleadas a menudo dependen de salarios de subsistencia y los beneficios tienden a dejar la economía local en manos de la dirección y los accionistas extranjeros. La dependencia del comercio turístico es también un gran obstáculo para la sostenibilidad global y la equidad social. Reducir la dependencia del turismo y crear economías que cubran las necesidades locales forman parte

Aquí ni siquiera pensamos en volar
Gabriela Vega Téllez, Coordinadora de Pueblos y Organizaciones del Oriente del Estado de México, México

del camino hacia una economía del bienestar justa.

Los grupos más perjudicados por el legado del colonialismo y la globalización económicamente injusta y que ya hoy se enfrentan a las consecuencias del colapso climático, también son los que más sufren el «colonialismo verde» que conlleva el impulso del lavado verde (greenwashing) de la industria de la aviación. Los planes de compensación vendidos a los pasajeros y publicitados por la industria a través de mentiras ecológicas, a menudo implican que las comunidades locales se vean obligadas a abandonar sus tierras. Lo mismo

ocurre con los cultivos necesarios para producir combustibles «limpios» que dejan la conciencia tranquila a las personas bienintencionadas, aunque en realidad son más perjudiciales que beneficiosos. Las empresas acaparan las tierras de las personas más desfavorecidas para que sus beneficios sigan aumentando.

En lugar de consolidar un sistema al servicio de unas pocas personas, necesitamos un destino común: un planeta equilibrado en el que las personas y el resto de la naturaleza puedan prosperar.

«TENEMOS DERECHO A ESTAR AQUÍ»

EL VECINDARIO QUE SE RESISTE EN VILA NAZARÉ, BRASIL

Cuando Alex, un habitante de Vila Nazaré de unos 40 años, habla de la comunidad en la que nació y creció, su voz cambia. Su dolor y su rabia se vuelven palpables cuando explica la forma en que su barrio fue dividido y finalmente destruido. Unas 2000 familias se vieron obligadas a abandonar sus hogares para hacer sitio a la ampliación de una pista de aterrizaje en el aeropuerto de Porto Alegre. Solo la familia de Alex y unas pocas docenas más pudieron quedarse porque sus casas estaban a pocos metros de la recién declarada «zona de seguridad».

Desde hace 16 años, Alex preside la institución Criança Feliz Nazaré. Se ocupa de los niños, pero también de toda la comunidad y, como electricista experto, le gusta ayudar siempre que puede. También es un líder de la comunidad con buenos contactos y ha sido la fuerza impulsora de la resistencia contra la expansión del aeropuerto de Fraport, una empresa aeroportuaria alemana. Para Alex, esta lucha no tiene que ver con la pérdida de propiedades, sino con una estructura social que ha crecido durante los últimos 60 años y que luego ha sido víctima de los planes de negocio de una empresa extranjera.

Todo comenzó con la intención del gobierno brasileño de aumentar el número de turistas en el estado de Rio Grande do Sul y tener un mayor acceso a la economía global. Convocaron una

licitación para iniciar el llamado «desarrollo» del aeropuerto, es decir, una terminal más amplia y una pista más larga que permitiera el aterrizaje de aviones de mayor tamaño, resultando como adjudicataria la compañía Fraport. El negocio de esta empresa es gestionar aeropuertos rentables y generar riqueza para sus accionistas, entre ellos el del Estado federal alemán de Hesse y el de la ciudad de Frankfurt. Para la dirección de la empresa, el desalojo de las comunidades de Vila Nazaré nunca fue más que un riesgo potencial para su reputación que esperaban que pasara desapercibido.

Sin embargo, los habitantes de Vila Nazaré tuvieron claro desde el principio que no se beneficiarían de la ampliación del aeropuerto. Al principio, la comunidad se mantuvo unida contra los planes de reubicación. Nadie quería marcharse, ya que las alternativas que se ofrecían eran poco deseables: dos zonas de viviendas diferentes, ambas en las afueras de Porto Alegre, más alejadas de sus puestos de trabajo, con peores conexiones de transporte y con enormes problemas de violencia relacionada con las drogas. Y nadie quería que la comunidad fuera dividida. «No quiero ser separado de esta gente, a quien conozco desde hace más de 30 años. ¿Por qué quieren separarnos?», se preguntaba Vânia Soares, vecina de la comunidad. Las vecinas y vecinos or-

ganizaron actos, celebraron manifestaciones e intentaron presionar al ayuntamiento. Pero su sentido de la unidad se desmoronó tras la intimidación masiva realizada por parte del personal de una empresa subcontratada para llevar a cabo el desalojo. Mediante visitas a los domicilios por parte de policías militares fuertemente armados, se producían amenazas y enfrentamientos físicos. Llegó un punto en el que continuar las protestas se volvió demasiado peligroso: Alex temió por su vida y tuvo que permanecer oculto durante más de un mes. Al final, la mayoría de las familias se vieron obligadas a trasladarse y sus casas fueron demolidas.

En una junta de accionistas celebrada en 2018, el director general de Fraport trató de justificar los desalojos justificando que el asentamiento era ilegal y que los residentes no tenían derecho a vivir allí a pesar de que la legislación brasileña concede el derecho consuetudinario a las comunidades que han ocupado un terreno durante un determinado tiempo. El Ministerio Público solo organizó una consulta popular, pero los residentes locales no tuvieron la oportunidad de dialogar con los representantes de Fraport, ya que los dos representantes que acudieron ni siquiera se sentaron a la mesa, se negaron a responder a las preguntas y desaparecieron rápidamente. En una segunda junta de accionistas en 2019,

El ruido de los aviones es una de las principales molestias para las personas que viven cerca de aeropuertos.
© Christian Russau



Daniel Alex da Silva Dutra contempla los escombros de una casa derruida en Vila Nazaré.
© Christian Russau



La comunidad se opuso frontalmente a su desplazamiento forzado.
© Christian Russau

Fraport rechazó por completo la responsabilidad del desalojo alegando que era una condición previa a la concesión y, por tanto, responsabilidad del gobierno brasileño.

El caso de Vila Nazaré plantea importantes cuestiones: ¿quién se beneficia del llamado «desarrollo económico» que prometen los proyectos de ampliación de los aeropuertos? ¿Qué hay que hacer para garantizar los derechos de las comunidades desfavorecidas cuando se enfrentan al desalojo? ¿Y qué normas de actuación son lícitas para las inversiones de las empresas

extranjeras en consonancia con un modelo económico mundial más equitativo en el futuro?

Para Alex, está claro: Fraport es el culpable de la destrucción de su comunidad. El principal objetivo de la compañía es ganar dinero; y, en ese camino, las vidas y los medios de subsistencia de los miembros de la comunidad local suponían un mero obstáculo que había que eliminar. Se sospecha que se aprovecharon de la corrupción galopante en Brasil, utilizando conexiones con círculos políticos y empresariales de las élites brasileñas. Por ello, los antiguos y

los actuales residentes de Vila Nazaré exigen una compensación. El dinero no puede reparar la pérdida que han sufrido, pero puede ayudar a recuperar los medios de vida de la comunidad que Fraport destruyó.

Los nuevos aeropuertos y sus ampliaciones casi nunca benefician a las comunidades locales. De hecho, a menudo van en su detrimento. Una inversión responsable requiere un consentimiento libre, previo e informado en el que la gente, y no los gobiernos ni las empresas extranjeras, decida lo que para ellas es el desarrollo económico.

VERDE SIGNIFICA EN TIERRA



«¿CUÁNDO PUEDO UTILIZAR ESTA NARRATIVA?»

Esta narrativa puede utilizarse para combatir la idea de que el transporte aéreo puede ser sostenible desde el punto de vista medioambiental y social, ya que, simplemente, no puede serlo. Se emplea para contrarrestar el lavado verde de la industria, el cual debe ser entendido por el público como una forma de hipocresía. La narrativa también muestra cómo las alternativas terrestres son la única forma de hacer sostenible la movilidad y cómo podemos lograr la transformación deseada.

«¿CÓMO PUEDO EMPLEARLA?»

Siempre que nos encontremos con propaganda engañosa de la industria, esta narración puede ser utilizada para explicar qué es realmente un viaje sostenible y qué hacer para conseguirlo. También puede emplearse para mostrar formas de orientar el transporte aéreo hacia un aterrizaje seguro y cómo esto resulta beneficioso para las personas y el planeta.

Volar es la forma más rápida de acabar con el planeta.¹⁶ **Un solo vuelo de larga distancia produce más emisiones de carbono que las que puede generar una gran cantidad de personas en todo el mundo en solo un año.**¹⁷ Antes de la pandemia por Covid-19, la contaminación climática producida por el tráfico aéreo crecía más rápido que en la mayoría del resto de los sectores; aun así, tras la pandemia, la industria de la aviación pretende seguir funcionando como anteriormente.¹⁸ Sin embargo, el aumento de las emisiones no impide que la industria prometa a la gente que puede viajar en avión con la conciencia tranquila (Ver recuadro: La clásica historia de la «mentira ecológica»). La tecnología que pregonan tanto los ejecutivos de las aerolíneas como los políticos no basta para resolver el problema de la contaminación de la avia-

ción. Tampoco las compensaciones de emisiones, que, no siendo ni tan fiables ni tan eficaces como la industria pretende hacernos creer, persiguen que personas cada vez más concienciadas con el clima sigan volando. Ser ecológico significa bajar los volúmenes de tráfico de la industria y volver a poner en marcha alternativas sostenibles.

Para evitar una catástrofe climática, hay que reducir las emisiones de inmediato. Pero el número de aviones utilizados por la industria se sustituye a un ritmo lento, con aeronaves en funcionamiento durante décadas. Esto significa que lo que importa es la industria que existe hoy y no las promesas para el futuro.

Este mismo sector ahora fomenta el lavado verde («greenwash») para crear la falsa impresión de que puede continuar con el negocio como si no

pasara nada. Todos sus argumentos son erróneos: los prototipos de aviones eléctricos pequeños y de corta distancia no pueden superar la magnitud de los contaminantes vuelos convencionales. Además, todos los sustitutos del combustible derivan en numerosos problemas: los aviones de hidrógeno no serán posibles hasta dentro de unas décadas; la producción de combustibles sintéticos requiere cantidades inmensas de energía renovable más requerida en otros ámbitos que en la aviación; y los agrocombustibles tienen efectos secundarios adversos y limitaciones, además de representar solo alrededor del 0,01 % de todo el combustible que la aviación utiliza actualmente. La industria no ha cumplido sus propios objetivos en materia de combustibles no fósiles a pesar de todas las promesas y su espectacular publicidad.¹⁹ Aunque

LA VIEJA NARRATIVA DE LA «MENTIRA ECOLÓGICA»

A la industria le gustaría que nos creyéramos su propaganda, según la cual la aviación ha dado grandes pasos para mejorar sus niveles de sostenibilidad medioambiental. Afirma que fue uno de los primeros sectores en establecer objetivos globales ambiciosos y en desarrollar una estrategia para reducir su impacto en el clima. También sostiene que esto está dando sus frutos, afirmando que desde hace décadas el transporte aéreo es cada vez más eficiente, algo que no hace más que acelerarse. Según este sector, esto sucederá porque las nuevas tecnologías se están desarrollando a un ritmo rápido y pronto permitirán que todas podamos realizar vuelos respetuosos con el medio ambiente manteniendo nuestra conciencia tranquila. Tenemos varios ejemplos: el vuelo eléctri-

co, el hidrógeno y los combustibles de aviación sostenibles. Para que estas medidas tengan éxito, según la industria, se necesitan tres cosas: un crecimiento estable que garantice la financiación de las tecnologías limpias, las ayudas públicas para acelerar el desarrollo y la implantación, y una «actitud receptiva hacia la tecnología» en lugar de normas que frenen su innovación. La aviación también argumenta que está dando grandes pasos para mejorar la calidad del aire y reducir el impacto acústico. El vuelo ecológico, nos dicen, está en proceso. Como mostramos en este informe, estos argumentos pueden parecer convincentes hasta que se contrastan con los hechos, por lo que terminan desmoronándose.

¿VERDE SIGNIFICA EN TIERRA!

Para sentar las bases de una movilidad sostenible debemos ser transparentes sobre los límites de la tecnología. Hay muchas alternativas a volar, pero hay que convertirlas en la nueva normalidad. Para lograrlo, tenemos que acabar con la práctica del lavado verde.

Los mensajes para ayudar a comunicar la narrativa de «Verde significa en tierra» incluyen:

- **El único avión ecológico es el que se queda en tierra.** El vuelo comercial requiere una enorme cantidad de energía y recursos. Las alternativas terrestres son más eficientes y sostenibles.
- **Las compensaciones son una licencia para contaminar.** Legitiman la continuidad del negocio e incluso pueden incrementar las emisiones globales.
- **Los sustitutos de los combustibles fósiles son como gotas en un gran océano de contaminación causado por la aviación.** Es poco probable que reduzcan la contaminación de los viajes aéreos de manera significativa a pesar de la publicidad del sector.

→ **Los aviones de hidrógeno son como los unicornios.** Se habla mucho de ellos y, aunque son populares, no existen: son un invento de los cuentos de hadas de la industria. La realidad es que es improbable que se materialicen en los plazos necesarios.

→ **La energía renovable es escasa y no debería ser desperdiciada en un elevado número de vuelos.** Vamos a necesitar toda la energía renovable posible en descarbonizar la red y proporcionar transporte terrestre sostenible para el conjunto de la población. Por ello, no deberíamos malgastarla en la producción de electrocombustibles ineficientes para unas pocas personas privilegiadas.

→ **Para disminuir el tráfico aéreo y hacer que la movilidad sea justa y ecológica, necesitamos un enfoque integral.** Los impuestos y las medidas del mercado son importantes, aunque no suficientes. Es preciso limitar y prohibir los vuelos, así como poner fin a la ampliación de las infraestructuras de la aviación y de los aeropuertos, además de un cambio cultural.

las nuevas tecnologías son necesarias y deben desarrollarse, no son una excusa para mantener la cantidad de tráfico aéreo actual.

La prioridad debe ser un transporte terrestre que beneficie a la mayoría en un sistema de movilidad justo dentro de un estado del bienestar. Que solo una pequeña parte de la población viaje en avión y utilice gran cantidad de energía renovable para que volar sea «más ecológico» es como robar esos recursos a la mayoría, además de que frena la transición hacia una movilidad más

ecológica para todos. Hará falta una directriz clara, presión pública y mucho apoyo para que las alternativas sostenibles predominen sobre los abusos y los planes de crecimiento de la aviación.

Pero también hay una buena noticia: nos encontramos en un contexto que nos permite sentar las bases de un sistema de movilidad justo y sostenible (ver: Disfrutar del viaje, pág. 62). Por término medio, un viaje en tren emite una ínfima parte de las emisiones que emite un vuelo. Los trenes nocturnos son respetuosos con el clima y nos lle-

van de una ciudad a otra mientras dormimos. También los desplazamientos en autobús generan mucha menos contaminación que los aviones. Para los viajes de largo recorrido, los barcos, especialmente los de vela, son una opción más pausada y sostenible. Por último, muchos viajes pueden evitarse porque simplemente no son necesarios. Para que en el futuro nos desplacemos por tierra y de forma sostenible, habrá que cambiar muchas cosas. Será necesario una transformación en la cultura del trabajo que permita realizar viajes más largos y tendremos que hacer que el consumo ecológico sea tan común que ni siquiera pensemos en otras opciones. Esto requiere mejores estructuras, como sistemas de reserva sencillos y precios equilibrados para todo el mundo. Pero también serán necesarias algunas infraestructuras nuevas de gran alcance; dondequiera que se construyan por ejemplo nuevas líneas de ferrocarril (muy necesarias en algunas partes del mundo) debe hacerse conforme a un compromiso real de la comunidad y con la máxima consideración y cuidado hacia los residentes locales y la naturaleza.

En la India, el transporte ferroviario es una alternativa obvia y fácil a los vuelos. La mayoría de los lugares están bien conectados a través de trenes y la cultura del tren aquí es algo que aquí hay que experimentar

Vivek Gilani, cBalance



Volar no solo calienta el planeta; también tiene graves impactos locales como el ruido y la contaminación del aire.
© dsleeter_2000 / Climate Visuals



El ferrocarril no es la única alternativa al avión. Pero en algunas regiones del planeta, los viajes en tren pueden sustituir un importante número de vuelos.

Para cambiar el rumbo, no bastará con una sola estrategia. En su lugar, es necesario un paquete de medidas para reducir el tráfico aéreo y encaminarse hacia la movilidad sostenible.²⁰ Un paso es poner fin a los numerosos sistemas de gratificación a los viajeros frecuentes que fomentan los vuelos innecesarios. Otra medida sería abordar los privilegios financieros y las exenciones fiscales concedidas a la aviación; los impuestos sobre la contaminación, como el impuesto sobre el carbono, son necesarios y deberían haberse aplicado hace tiempo. Y, dado que actualmente toda la sociedad subvenciona indirectamente los vuelos baratos además de los frecuentes e innecesarios vuelos de las personas más pudientes, los impuestos sobre el combustible de los aviones y los billetes de avión serían una medida socialmente justa. No obstante, el sistema tributario también tiene que abordar directamente el concepto de vuelo como actividad de lujo. A las personas que vuelan frívolamente se les puede aplicar una tasa permanente en lugar de estar subvencionándoles los

vuelos a costa del conjunto de contribuyentes, como ocurre actualmente. Sin embargo, si no se fijan límites estrictos, la modificación del precio de los vuelos por sí sola no bastará para reducirlos suficientemente ni para disminuir la contaminación; las personas más ricas siempre podrán comprar su exención de responsabilidad. Los límites son una parte normal de la vida cotidiana que aceptamos por nuestra seguridad colectiva: límites de velocidad en las carreteras, límites de alcohol permitidos para los conductores o límites de contaminación en el agua. En esta línea, la forma más eficaz de reducir el tráfico aéreo es la limitación directa del número de vuelos. Esto puede hacerse poniendo fin a las rutas de corta distancia, en las que podría utilizarse o construirse fácilmente un transporte alternativo, o restringiendo el número de salidas diarias en rutas específicas. Establecer topes y prohibiciones absolutas es razonable porque nadie puede utilizar el dinero o sus privilegios para evitarlos. También es necesaria una prohibición en el caso de los aviones privados. No hay justificación

alguna para permitir que unos pocos individuos privilegiados contaminen la atmósfera que todos compartimos a costa de nuestro futuro colectivo. También es necesario detener la construcción y ampliación destructiva de aeropuertos en todo el mundo. Construir nuevas infraestructuras hoy en día para un sector que en realidad necesita ser reducido no tiene sentido. Al contrario, muchas ciudades deben rebajar el número de sus aeropuertos o incluso cerrarse y reutilizarse en beneficio del interés general. **Todo esto debe formar parte de un cambio social más amplio para crear una movilidad asequible, ecológica y terrestre.** El transporte aéreo, tal y como existe hoy en día, es un signo de los peores excesos del sistema económico actual, abusos que generan desde la desigualdad hasta la ruina del planeta, nuestro único hogar. Las soluciones residen en el cambio de sistema y de conducta colectiva: ambos dos necesarios y de manera inmediata.

«ESTAMOS EMPEZANDO A ENTRAR EN NUESTROS BOSQUES COMO SI FUÉRAMOS LADRONES».

Los proyectos de lavado verde destruyen los ecosistemas y los medios de vida de mucha gente en todo el planeta. Dos proyectos de compensaciones de emisiones y agrocombustibles en la República Democrática del Congo y Paraguay representan ejemplos especialmente impactantes de ello.

Sabemos que volar deteriora el planeta, pero la industria de la aviación hace todo lo posible por ocultarlo. Aunque hay una multitud de formas por las que la industria es culpable del lavado verde, existen algunas falsas soluciones que causan particular explotación y sufrimiento en el Sur Global. Dos de ellas son las compensaciones de carbono y los agrocombustibles. Las aerolíneas que las ofrecen están vendiendo una mentira. Estas engañosas propuestas provocan a menudo un sufrimiento incalculable y trastornos en los países del sur, alterando la vida de aquellas personas y comunidades que nunca han puesto un pie en un avión.

Los proyectos de compensación de emisiones proporcionan bonos de carbono a la industria de la aviación y a sus clientes, lo que les permite seguir contaminando sin pensárselo dos veces. Un ejemplo de estos dudosos proyectos de compensación se encuentra en la provincia de Mai-N'Dombe, al oeste de la República Democrática del Congo. Los proyectos situados en esta zona forman parte de uno de los planes de reducción de emisiones más conocidos del mundo: REDD+ (Reducing Emissions from Deforestation and Degradation).²¹ El programa REDD+ fue negociado en el marco de la Con-

vención Marco de las Naciones Unidas contra el Cambio Climático (UNFCCC, en sus siglas en inglés) y tiene como objetivo reducir las emisiones de efecto invernadero mediante una gestión forestal mejorada en países en desarrollo, para la cual se comercializan créditos de carbono.

El bosque de Mai-N'Dombe se consideró como un proyecto REDD+ porque supuestamente se encontraba en riesgo de deforestación y la empresa estadounidense que gestiona uno de los programas, Wildlife Works Carbon, afirmó que se iba a dar luz verde a una autorización de tala en 2010. Sin embargo, si se examina con más detenimiento, es ilegal conceder nuevas licencias en cualquier lugar del país debido a una moratoria que entró en vigor en 2002.²²

Wildlife Works no ha dudado en tergiversar la verdad. La empresa ha afirmado sistemáticamente que sin la iniciativa REDD+ la zona quedaría completamente deforestada, dejando todos sus árboles centenarios talados para dar paso a la agricultura a pequeña escala y a la producción de alimentos. Sin embargo, la zona de referencia a la que WWC hace alusión para realizar estas afirmaciones está a más de 600 kilómetros de distancia y no es en absoluto comparable a la zona del proyec-

to. En realidad, la deforestación de la zona podría haber aumentado durante el proyecto de WWC. A pesar de todo ello, estos créditos de carbono son vendidos a compañías como las aerolíneas justificando que este plan compensa las emisiones de carbono cuando, en realidad, no representan ningún tipo de reducción de emisiones.

Los proyectos de compensación como este también afectan negativamente a las comunidades que viven en los alrededores o lugares donde se realizan, muchas de las cuales ya están experimentando los efectos de la alteración del clima. Han perdido la autorización para valerse de los recursos del bosque a partir de dos kilómetros desde el límite de sus comunidades y ahora se enfrentan a amenazas añadidas como los conflictos violentos. Estos conflictos abarcan desde la desconfianza inherente entre los gestores del parque y la comunidad local, hasta la propia violencia física. Un informe de 2016 sobre áreas protegidas en la cuenca del Congo, algunas de las cuales están siendo consideradas para albergar proyectos de la REDD+, han registrado numerosos incidentes violentos. En 21 de las 24 áreas protegidas sobre las que había información disponibles existen registros de incidentes, incluyendo gra-



La población de los pueblos situados en zonas de proyectos de conservación carecen de acceso a sus bosques y a menudo apenas es informada de los proyectos de compensación de emisiones. © Rainforest Foundation UK

ves abusos de los derechos humanos. Como dijo el jefe de una comunidad de Mai-N'Dombe antes de que aquella se convirtiera en una zona protegida: «la vida no era complicada, ya que todas las soluciones se podían encontrar dentro del bosque, pero hoy estamos empezando a entrar en nuestros bosques como si fuéramos ladrones».²³

Estos casos se dan en todo el mundo y también están ligados a otras formas de lavado verde. Una de ellas es la producción de biocombustibles, o más bien combustibles procedentes de cultivos alimentarios (agrocombustibles), algo que la industria de la aviación está presentando como un recurso para reducir sus emisiones. Sin embargo, esto genera también una serie de graves problemas (ver página 22). El mal llamado Omega Green Project es un proyecto de producción de agrocombustible en Paraguay que encarna a la perfección la injusticia y la hipocresía de la industria de la aviación. Esta gigantesca refinería de agrocombustible, una de las más grandes construidas en el mundo hasta la fecha y la primera planta de este tipo en América Latina, producirá fundamentalmente combustibles para aviación a partir de aceite de soja, grasas animales y otras materias primas insostenibles.²⁴

Las emisiones contaminantes de la refinería, así como la creciente construcción y tráfico de barcos a lo largo del río, suponen un serio riesgo de impactos negativos que afectarán a los medios de vida de las comunidades pescadoras locales. No en vano, desde que la compañía constructora de la refinería cerrara el acceso a la comunidad de Santa Rosa, numerosos conflictos sociales

han estallado. Un residente de la zona, Ezequiel Pereira, resume la situación sin rodeos: «nuestro dilema es: «morimos de hambre o morimos envenenados». Y por si no fuera poco para estas comunidades locales, el propietario de Omega Green llegó a un acuerdo con el gobierno paraguayo para eximir a la empresa de todos los impuestos. Esto significa que el 100 % de los beneficios no repercutirán en Paraguay ni, por supuesto, en el pueblo paraguayo.

«Los biocombustibles, y especialmente los biocombustibles para aviación, satisfacen la demanda de una minoría global, mientras que la demanda de estos combustibles en Paraguay es realmente limitada. Omega Green, como todos los proyectos extractivos, trae destrucción, dolor y extinción a nuestros pueblos. El proyecto está dominado por el interés por los beneficios de algunos grandes empresarios extranjeros, que amenazan nuestros ecosistemas y empobrecen a la población campesina e indígena local», asegura Inés Franceschelli, del centro local de investigación Heñói, que ha codirigido un estudio sobre el proyecto.²⁵

Los conflictos sociales han aumentado desde que el acceso a la comunidad de Santa Rosa fue restringido por la empresa propietaria del proyecto. En la imagen, la puerta que impide la entrada, tanto a visitantes como a residentes. © HEÑÓI



UN ATERRIZAJE SEGURO



«¿CUÁNDO PUEDO UTILIZAR ESTA NARRATIVA?»

Esta narrativa puede utilizarse para hablar de la necesidad urgente de un decrecimiento planificado de la industria, así como para contrarrestar el engañoso argumento de la aviación como generadora de empleo difundido continuamente por el propio sector y los gobiernos. También puede emplearse para defender una transición uniforme, justa y ágil que garantice a las personas empleadas en la aviación un futuro en otros sectores más alineados con una economía del bienestar. Además, es útil a la hora de transmitir el mensaje de que el mundo está cambiando inevitablemente, lo que implica una reducción en la magnitud de la industria de la aviación.

El sector de la aviación está abocado a reducirse por muchas razones inevitables y necesita un aterrizaje seguro.

Muchas actividades se vieron obligadas a detenerse durante la pandemia de 2020 y la aviación fue uno de los sectores más afectados. Muchos aprovecharon este tiempo para reflexionar cómo, en una sociedad globalizada, podríamos avanzar y mejorar las cosas. Las ideas sobre el trabajo, los viajes y el ocio se han visto alteradas y existe una energía común para ralentizarnos y dar cabida a nuevas formas de vivir, trabajar y convivir con el resto. Esto incluirá una serie de cambios en la cultura del trabajo, como la reducción drástica de los vuelos por motivos laborales, una nueva predisposición a viajar y a conectarse de diferentes maneras, y a valorar los destinos más cercanos. Ya antes de la pandemia, se extendía desde Suecia una tendencia social conocida como «vergüenza de volar» que representa un enfoque responsable de los viajes y

del deseo de tratar nuestro planeta de forma sostenible. Estas consideraciones ponen de manifiesto que hay muchas razones por las que el sector de la aviación necesita con urgencia planificar de forma responsable y segura su propio aterrizaje y reducir sus dimensiones. Esto hace que **para las personas que trabajan en la aviación una transición equitativa sea absolutamente vital**. Por todo ello, la autocomplaciente historia de la industria que dice que puede mantener puestos de trabajo de alta calidad a gran escala ya no es sostenible (véase el recuadro: La clásica historia de «la hipocresía laboral»).

Los objetivos y las medidas acordadas en el ámbito internacional para evitar el deterioro del clima se están convirtiendo también en una razón de peso para el cambio. Con respecto a la escala actual de la industria, y teniendo en cuenta los planes de crecimiento previstos, no hay perspectivas reales de sustituir la dependencia de los combustibles fósiles en el plazo que se necesita.

También hay razones para dudar de que esto pueda ocurrir teniendo en cuenta los problemas de las alternativas.²⁷

Otras muchas razones refuerzan la inevitabilidad del cambio. La experiencia de la pandemia, aunque traumática, abrió los ojos a muchas personas sobre las posibilidades de ahorrar tiempo, energía, dinero y contaminación. Las expectativas sobre los vuelos por motivos laborales cambiaron casi de la noche a la mañana.

Más allá de las perturbaciones inmediatas del sector de la aviación, existen otras que se producen en el medio y largo plazo, y que repercuten en todos los aspectos de nuestras sociedades y economías. Las tendencias hacia la automatización y la digitalización (que tienen asociados problemas específicos), así como la probabilidad de futuras pandemias y el impacto climático cada vez mayor, implican que el turismo y la industria de la aviación que lo sustenta

LA VIEJA NARRATIVA DE «LA HIPOCRESÍA LABORAL»

La industria de la aviación se jacta de dar trabajo a decenas de millones de personas en todo el mundo, aunque admite que solo una parte de su plantilla trabaja directamente para la aviación. El resto de los puestos de trabajo se ubican en la cadena de suministro y el turismo dependiente de la aviación, o son otros empleos resultantes del consumo de las propias personas empleadas. El sector también defiende la calidad de sus puestos de trabajo, afirmando que ofrecen una carrera, una satisfacción y una seguridad profesionales a largo plazo.

Crean la ilusión para mucha gente de que convertirse en piloto o azafata es un sueño. Perjudicar a la aviación sería destruir los anhelos de los más pequeños. Para aquellas

personas cuyos sueños supuestamente ya se han hecho realidad, la industria afirma que cuida de ellas proporcionándoles buenos salarios y condiciones. Por eso, justifican que la ayuda de los gobiernos a las compañías aéreas y a otros sectores de la industria aeronáutica durante la pandemia fuera tan importante. Asegurar los puestos de trabajo en el sector significa que el transporte aéreo puede remontar el vuelo después de la pandemia, y toda la sociedad con él. La realidad de los largos horarios de trabajo que no permiten llevar una vida de calidad, la pérdida de los puestos de trabajo y el malestar generalizado en la industria no se reflejan en esta vieja historia.

¡UN ATERRIZAJE SEGURO!

Ya se están produciendo cambios que son solo el principio de una gran transformación social, cultural y económica. La cuestión más importante, especialmente para las personas que trabajan en la aviación, es si sucederá de una manera gestionada y proyectada o bien de manera descontrolada. ¿Se estrellará la industria o aterrizará de manera segura?

Los mensajes de apoyo para comunicar la narrativa del «aterrizaje seguro» son los siguientes:

- **El cambio ocurrirá debido a una desgracia o bien de manera gestionada.** Escojamos la segunda opción. Asegurar el aterrizaje planificado de la industria conlleva reducir la industria de manera sostenible, de lo contrario nos estrellaremos.
- **Demorar el cambio es imprudente y expone a las trabajadoras a un mayor riesgo.** Cuanto más tarde la industria en planificar el cambio, las probabilidades de que ocurran desastres y un mayor descontrol forzarán a realizar el cambio de una manera trágica.

→ **Las personas que levantaron la industria de la aviación se merecen un futuro próspero y seguro,** lo que conlleva crear presión política a través del ámbito laboral, cuestionar la ausencia de planes de transición y organizar protestas públicas para garantizar nuevas opciones.

→ **Hemos rescatado a las aerolíneas con nuestro propio dinero; es hora de que nos lo devuelvan con hechos** sentando las bases de una transición justa para sus plantillas, invirtiendo en los programas de reciclaje profesional y apartando sus modelos de negocio basados en el uso indiscriminado de combustible fósil.

→ **La primera etapa de la transformación es ponerle freno al crecimiento del sector,** tanto al tamaño de la industria de la aviación como a su mano de obra. Se ha de apoyar a aquellas personas que acaban de incorporarse para que encuentren una alternativa en otro sector, ya que mantener una dilatada carrera profesional dentro de la aviación no es posible.

cambiarán. Y esta evolución debe producirse a través de un desarrollo en el que las economías, las empresas y las comunidades reciban el apoyo necesario para adaptarse y diversificarse con el objetivo de que el turismo deje de ser una de las únicas vías de prosperidad disponibles para los países más pobres.

Es esencial ser proactivos, lo que implica posicionar la seguridad laboral a largo plazo, la protección, la salud y los medios de vida de las personas que trabajan en la industria al igual que las comunidades que la componen, como las prioridades de este cambio. Las personas que trabajan en el sector de la aviación, el turismo y las industrias relacionadas precisan una transición justa en la que se les proporcionen la capacitación, la formación y la confianza necesarias para encontrar puestos de trabajo sostenibles bien remunerados y seguros de cara al futuro. La buena noticia es que **esta transición puede significar la creación de más empleos**. Un informe de la organización Possible muestra que por cada empleo perdido por la reducción del tráfico aéreo en el Reino Unido, otros tres puestos de trabajo podrían ser creados en otros sectores.²⁸

La transición de las personas trabajadoras para liberarse de los combustibles fósiles no es un argumento justificado para retrasar los cambios necesarios. La celeridad es fundamental para evitar los peores impactos de la crisis climática. **Pero debemos asegurarnos de que la transición equitativa sea liderada por la propia clase trabajadora, se haga de manera democrática y forme parte de un impulso de toda la sociedad para encaminarnos hacia una economía justa.** En el ámbito mundial, esta transición también debe abordar la responsabilidad histórica de la crisis medioambiental, asegurando que los grandes emisores apoyen a los países más afectados por la crisis climática dándoles la opción de elegir la manera que ellos estimen oportuna.

Mientras llevamos a cabo el decrecimiento controlado de la industria aeronáutica existente, hay que poner fin a las ampliaciones de los aeropuertos. Al mismo tiempo, debemos dirigir la nueva formación y el empleo del sector de la aviación hacia otras áreas y asegurarnos de que no se ocupan las vacantes (por jubilación o por cambios de empleo a otros sectores). Es necesario indemnizar a las personas que

han dedicado su vida laboral al sector y cuyas carreras profesionales ya no tienen más posibilidades de continuidad dentro de la aviación. Todo esto debe ser apoyado por los gobiernos, en lugar de apoyar repetidamente a la industria de la aviación con el dinero de los contribuyentes.

Estas acciones traerán consigo nuevas oportunidades para muchas personas en función de las habilidades y la experiencia de cada una, aunque dejarán a otras en una situación más delicada. Además, existen cambios a los que no pocos sectores han de enfrentarse. Cuanto más tarde la industria de la aviación en adoptar los cambios hacia una transición justa, más vulnerables serán sus propias plantillas e inversores, tanto públicos como privados. Tanto por razones económicas como sociales, debemos planificar un futuro mejor antes de que nos veamos obligados a aceptar cambios bruscos e imposibles de controlar. Aterricemos con seguridad y preparemos el camino para el nuevo viaje que nos espera. **Necesitamos que el cambio sea gestionado de manera proactiva y no que ocurra de manera descontrolada.**



Manifestación contra la ampliación del aeropuerto de Barcelona en Septiembre de 2021.
© Ni un pam de terra

EL RUIDO DEL AVIÓN DESAPARECERÁ CON LA UNIÓN DE LAS ACTIVISTAS

Es jueves por la tarde y la noche cae sobre Castelldefels, situado a 20 minutos de Barcelona. Se oye un agradable murmullo desde las terrazas de los bares, siempre llenas de vecinas y vecinos con ganas de disfrutar de la brisa del mar mientras toman algo. La escena es perfecta, pero el murmullo de la gente se detiene de repente. El ruido del motor de un avión, tan fuerte como el sonido de un trueno, obliga a dejar las charlas. No se entiende nada mientras el avión pasa a baja altura para aterrizar en el cercano aeropuerto de El Prat.

Además de los impactos climáticos, sobre la salud y la biodiversidad, el incremento del tráfico aéreo en Barcelona ha empeorado los efectos causados por un insostenible turismo de masas. La expulsión de las y los residentes para transformar sus casas en alojamientos turísticos, el incremento del precio de los alquileres o la sustitución de comercios locales por servicios y tiendas para los turistas son solo algunos de los principales problemas a los que las vecinas y vecinos de Barcelona y sus alrededores han de enfrentarse.

Si el proyecto de expansión del aeropuerto de Barcelona se aprobase, se agravarían estos impactos. Daniel, un activista de Barcelona portavoz de la Asamblea de Barrios por el Decrecimiento Turístico, opina que el aumento de la capacidad del aeropuerto de El Prat sería terrible: «un incremento de 30 millones de pasajeros al año aumentaría considerablemente el número de turistas. Y, con ello, el número de alojamientos turísticos que harían falta y, por tanto, los desalojos y las expulsiones».

Los grupos de Barcelona que defienden otro modelo de desarrollo de la

ciudad salieron a la calle en septiembre de 2021 en una manifestación histórica que reunió a unas 90 000 personas. La masiva resistencia ciudadana fue una de las principales razones para que el gobierno español decidiera retirar el proyecto. El trabajo en red entre los movimientos por la justicia medioambiental y climática, el derecho a la vivienda, los derechos laborales y la justicia social a lo largo de los años ha servido para lograr este gran éxito comunitario.

La victoria de la ciudadanía reitera la fuerza de las demandas sociales para la transición hacia un sistema más equitativo. Cada vez, un mayor número de sindicatos está comenzando a reorientar su atención hacia la sostenibilidad medioambiental y el cuidado del planeta como base de nuestros medios de subsistencia. A esto se le suma la cuestión del desarrollo normal de la actividad de algunos sectores que ya no son sostenibles. Esto incluye el modelo tradicional de turismo, que depende de un transporte aéreo escandalosamente barato.

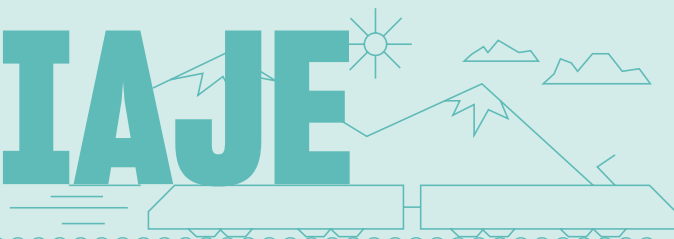
«El turismo de playa masivo es un sector que depende en gran medida de la aviación (...). Necesitamos centrarnos en el turismo local y de interior basado en la sostenibilidad y el respeto por el territorio». Así se pronuncia Carlos Martínez, miembro del sindicato Comisiones Obreras. En un documento publicado en enero de 2021 junto a las principales organizaciones ecologistas españolas, Comisiones Obreras aboga por reducir la dependencia del turismo de masas y del tráfico aéreo, y se muestra en contra de nuevas infraestructuras que amplíen este modelo, especialmen-

te subvencionadas con dinero público, como los aeropuertos o las carreteras de alta capacidad.

Esto también se refleja en iniciativas en otros lugares además de Barcelona: a nivel internacional, en el Reino Unido, el grupo Safe Landing representa a las personas «profesionales de la aviación preocupadas por el clima», entre las que se encuentran pilotos, ingenieros y tripulantes de cabina, y reclama la rápida adopción de normas para reducir las emisiones y un plan de apoyo a las plantillas durante cualquier transición. En Francia, un grupo de ingenieros aeroespaciales llamado SUPAERO-DECARBO propuso recientemente una «alianza industrial por el clima» para hacerse cargo de una transición ya que, de lo contrario, podría provocar pérdidas de empleo a corto plazo. Estos dos son solo algunos ejemplos entre muchos otros.

La batalla contra la expansión del aeropuerto de El Prat no ha terminado. Barcelona continúa bajo la amenaza de una idea de turismo y movilidad insostenibles. Cada vez está más claro que los movimientos sociales como la Asamblea de Barrios por el Decrecimiento Turístico, junto con el nuevo enfoque de los sindicatos, han ayudado a crear un discurso global de oposición al actual modelo económico y a proponer un sistema alternativo cuyo eje sean las personas y la vida. De esta manera podremos vivir en un planeta donde las conversaciones con nuestros vecinos no sean interrumpidas por el ruido de los aviones y el sustento de las personas no dependa de trabajos insostenibles que destruyan nuestro planeta, nuestro único hogar.

DISFRUTAR DEL VIAJE



«¿CUÁNDO PUEDO UTILIZAR ESTA NARRATIVA?»

Esta narrativa debería emplearse para inspirar el deseo de viajar a través de un medio diferente al avión. Con ella, se puede rebatir la publicidad de la industria sobre los beneficios del estilo de vida que implica coger un vuelo, pero también se puede emplear de manera proactiva para invitar a otras personas a reflexionar sobre una manera diferente de concebir los viajes, las vacaciones y la aventura.

«¿CÓMO PUEDO EMPLEARLA?»

Esta narrativa será eficaz para campañas puestas en marcha tras la pandemia, ya que pretende aprovechar la alteración de los viejos hábitos de viaje y darle forma a muchos de los nuevos comportamientos que la pandemia ha motivado. También resulta útil al combinarla con otras nuevas narrativas para ofrecer una «solución» y contrarrestar los prejuicios de que ser sostenible supone un sacrificio.

La idea de viajar, sobre todo cuando es de manera voluntaria, toca muchos conceptos positivos en la psicología humana: la aventura, la evasión, el romance, la curiosidad, la peregrinación, el sentirse joven o establecer vínculos humanos con otras culturas, entre otros, pueden motivar el viaje. Los viajes por motivos laborales también pueden conllevar algunas de estas motivaciones y añadir algunas otras, como las relacionadas con el estatus, la responsabilidad o la confianza.

Sin embargo, la realidad de viajar en avión, a menudo incómoda, es solo una de las razones por las que muchas personas piensan que debe haber formas mejores de desplazarse. Además, una creciente concienciación sobre los perjuicios de la aviación para el mundo natural, el daño que causa a los mismos lugares a los que promete llevarnos y el cuidado de los seres queridos amenazados por el inminente colapso climático, contribuye a que los viajes en avión sean menos agradables y más difíciles de justificar y disfrutar.²⁹ **Aunque hacer las cosas de otra manera puede tener sus dificultades, cada vez hay más gente que quiere viajar de**

manera responsable: la escasez de poder adquisitivo de numerosos grupos sociales ha hecho que se descuiden de manera sistemática las alternativas al transporte aéreo privilegiado y artificialmente abaratado. En las zonas rurales más pobres, y especialmente en el Sur Global, ni siquiera existen sistemas de transporte básicos. Se necesitan grandes inversiones y soluciones innovadoras para que los viajes imprescindibles sean asequibles, cómodos y accesibles para todos. Incluso viajar de una manera menos perjudicial y más agradable puede ser interesante para aquellas personas que vuelan a menudo actualmente.

Por ello, es fundamental inspirar y motivar a la gente para que encuentre aspectos positivos en otras formas de viajar. Ya sea por trabajo, por ocio o por otras muchas razones, no solo es posible viajar mejor y de forma más responsable sin tener que tomar un vuelo, sino que a veces la gente puede incluso «viajar» más cómodamente conectándose con otros sin moverse de su sitio. Esto es muy diferente a la vieja historia contada por la industria de la aviación que argumenta lo indispensable que es

para relacionar a las personas (véase el recuadro: la clásica historia de la «falsa libertad»).

Pocas cosas son comparables al placer que se experimenta al sentarse en el tren y observar cómo el paisaje va cambiando y se transforma delante de nosotros; ver cómo el mundo cambia al otro lado de la ventanilla en los viajes largos a medida que se cruzan las zonas horarias, las latitudes y las altitudes. En los trenes amplios, se pueden estirar las piernas y acudir al bar o restaurante para descansar, disfrutar de la comida (bastante decente normalmente) y entablar conversaciones con otras personas. Los trenes nocturnos nos permiten comenzar nuestro viaje en una ciudad y despertarnos, después de haber descansado, en otra como por arte de magia. Viajar en tren también puede resultar una experiencia única en la vida. ¿Quién no querría hacer un viaje en el tren transiberiano si se tuviera el tiempo suficiente para hacerlo? Pero hay formas de viajar incluso más aventureras sin necesidad de volar, como realizar un viaje en barco, quizá en velero; cruzar el océano es algo que no mucha gente puede decir que ha experimentado. Y

LA VIEJA NARRATIVA DE «LA FALSA LIBERTAD»

La industria afirma que volar es como la libertad y los aeropuertos son las puertas de entrada al mundo. Dicen que la aviación une a las personas como ningún otro medio de transporte, permitiéndoles visitar a sus amigos y familiares además de conocer otras culturas. Según los defensores de la aviación, cada vez más personas han emprendido vuelos durante los últimos años, lo que significa que el vuelo se está «democratizando». Esto se supone que genera una mayor tolerancia global y una mayor comprensión de las diferentes culturas, además de que los efectos económicos positivos de la globalización se materializan en la posibilidad de realizar viajes asequibles y cómodos.

La imagen que se presenta es que volar es rápido, cómodo y asequible. Viajar en avión permite disfrutar de países nuevos, lejanos y exóticos. Suena emocionante

y lleno de aventura. A aquellas personas que se lo pueden permitir se les ofrece la oportunidad de expandir sus horizontes. Esto último coincide con el argumento de la industria cuando afirma que contribuye al progreso humano en las regiones más pobres del mundo, ya que la gente de Europa y América del Norte vuela y gasta su dinero allí. Esta «libertad», según indican, solo conlleva un pequeño coste, ya que el transporte aéreo es únicamente responsable (supuestamente) de una pequeña parte del cambio climático, cuyo concepto, según afirma la industria, se exagera. Lo que la vieja historia deja de lado es el disfrute de otras formas más pausadas de viajar, las frecuentes molestias e inconvenientes de los vuelos, y cómo sus impactos locales y globales arrebatan las libertades básicas de muchos.

¡RECORDAMOS DISFRUTAR DEL VIAJE!

Nuestro nuevo modelo económico se basa en el bienestar para todas las personas teniendo en cuenta los límites del planeta. Esto implica formas de movilidad que permiten a personas de todo el mundo disfrutar de sus viajes de una manera plena. Las ventajas de trabajar en remoto son muchas y la gente está redescubriendo numerosas opciones de ocio y aventura muy cerca de su casa.

Los mensajes para una buena comunicación de la narrativa sobre «Disfrutar del viaje» son los siguientes:

- **Viajar como si existiera un mañana.** Haz viajes de bajo impacto que puedas disfrutar, ya que contribuirás a que nuestros hijos y las generaciones futuras adopten los mismos hábitos de viaje y también sepan disfrutarlos.
- **Descubrir los alrededores.** Podemos experimentar la aventura y sorprendernos viajando de una manera más local conociendo más a fondo nuestras comunidades,

su historia, su cultura y visitar nuevos lugares.

- **Desplazarse de manera responsable.** Viajando de una manera diferente y mejor, se tiene la seguridad de que no se está contribuyendo al calentamiento global o apoyando una industria que está acabando con la habitabilidad de nuestro planeta.
- **No hay necesidad de viajar cuando no se quiere.** Si volar ya suponía una carga, algo que nos resultaba obligatorio por motivos laborales, entonces dejar de volar y conectarse de manera virtual es ahora fácil y muy cómodo, lo que nos ahorra tiempo, energía, costes y contaminación.
- **Quedarse en tierra sienta mejor.** Los viajes por medios terrestres nos aportan una mayor percepción del tiempo. El tren es un medio de transporte que da más pie a socializar, ya que tenemos tiempo para adaptarnos a las diferentes franjas horarias evitando el repentino desagradable desfase horario.

si nos apetece sacar nuestro lado más deportista, una ruta en bicicleta o senderista de varios días o semanas pueden convertir el mismo viaje en la parte central de las vacaciones.

El fenómeno bautizado como «staycation», es decir, disfrutar nuestras vacaciones en casa o bien cerca de nuestro entorno sin salir al extranjero, es parte de una nueva visión y ya se ha convertido en un hábito e incluso necesidad para mucha gente. Esta nueva forma de pasar las vacaciones nos permite volver a descubrir los alrededores y contribuir a la economía local. Los diferentes tipos de turismo activo también se han popularizado junto con la revitalización de los servicios de trenes nocturnos que, en Europa, por ejemplo, han posibilitado recorrer distancias más largas sin tener que volar. Estos conceptos alternativos de vacaciones permiten a las personas establecer vínculos más estrechos con el tiempo y el lugar, desafiando directamente la nece-

sidad de viajar en avión para mantener la conexión humana.

En lo que se refiere al trabajo, las personas que pudieron trabajar desde casa durante la pandemia se dieron cuenta de que podían ahorrar tiempo, dinero y emisiones viajando de forma virtual en lugar de hacerlo en coche o en avión.³⁰ Sobre todo, en lo que se refiere a los vuelos. Los viajes de negocios tal y como eran antes de la pandemia están desapareciendo. Ahora, ya sea desde la perspectiva de los individuos que se espera que viajen, o de las organizaciones que antes exigían a su personal que se desplazara en avión, el parón del tráfico aéreo ocasionado por la pandemia ha establecido unas expectativas diferentes y ha permitido redescubrir algunos placeres.

Por ello, una narración interesante es la de cómo, cuando nos desplazamos, podemos apreciar mejor el viaje. **Disfrutar de los viajes de forma sostenible significa viajar de forma dife-**

rente y, en muchos casos, con menos frecuencia, pero con un significado, un propósito y el conocimiento de que nuestra elección de viaje, o la razón para no viajar, está contribuyendo a un entorno más seguro para nuestra comunidad, nuestra familia y un gran número de personas en todo el mundo.

Viajar a zonas más cercanas a menudo implica viajes más relajados y cómodos.



DAR VIDA A LAS NUEVAS NARRATIVAS A TRAVÉS DE REFERENCIAS CULTURALES

Además de a través de casos de estudio basados en ejemplos reales, podemos ilustrar nuestra narrativa con referencias culturales y/o de la sabiduría popular para darle vida y hacer que conecten con diversos grupos sociales.

Que la narrativa funcione o no dependerá de lo que se conozca o sea familiar para el contexto del lector y su público, pero la cultura de cada grupo está llena de ejemplos a los que se puede recurrir en diferentes circunstancias. Realiza una lluvia de ideas sobre lo que podría funcionar en tu caso. A continuación, presentamos los siguientes:

Ícaro. Figura de la mitología griega que, para escapar de su encierro, fabricó unas alas con plumas pegadas con cera, pero voló demasiado cerca del sol, derritiendo la cera y se precipitó hacia su perdición: una historia de cómo volar demasiado alto sin respetar los límites naturales conduce al desastre.

Fábula de la liebre y la tortuga. Obsesionarse y confiarse demasiado con la rapidez con la que se puede ir de un lugar a otro puede llevar a una caída. Una liebre y una tortuga se retan en una carrera donde la tortuga, a pesar de llevar un ritmo lento pero constante, termina ganando el reto.

La daga. En este libro, perteneciente a la galardonada trilogía de Philip Pullman titulada «La materia oscura» (llevada también a la televisión) se cuenta cómo un cuchillo que permite a la gente pasar fácilmente entre mundos también deja entrar a espectros letales en el mundo. En una entrevista, el autor dijo que la idea había surgido, en parte, al observar las estelas que dejan los aviones en el cielo.

«Serpientes en el avión» (película). Las películas sobre catástrofes aéreas son todo un género cinematográfico y un recordatorio constante de la vulnerabilidad de la gente al volar y lo antinatural que resulta. «Serpientes en el avión» se convirtió en un ejemplo icónico del género.

Mitos y folclore indígenas. Los mitos y el folclore indígenas están llenos de monstruos voladores, amenazas que surcan los cielos y suponen un peligro para la vida en la tierra. Los kanontsistóntie, provenientes de mitología de los nativos americanos iroqueses y Wyandot, son cabezas voladoras incorpóreas que se alimentan de seres humanos, con fuego en los ojos y una larga cabellera despeinada. Existe una criatura similar con diferentes nombres en muchas culturas del sudeste asiático (incluso más horrible, ya que arrastra sus propias entrañas), conocida como penanggalan en los mitos de fantasmas malayos, leyak en Bali y kasu en Laos.

CAMINANDO HACIA EL FUTURO EN INDIA

En estos momentos de emergencia climática, viajar en tren es una forma eficaz de ralentizarla
Vivek Gilani, cBalance

Al anunciar los planes de ampliación del aeropuerto de Karad en Maharashtra, India, se desencadenó una gran protesta en julio de 2011. Cerca de 1000 agricultores alzaron la voz para defender sus tierras, marchando desde el aeropuerto hasta la Oficina Subdivisional (SDO) donde presentaron un memorando y exigieron al entonces primer ministro de Maharashtra, Prithviraj Chavan, una reunión para exponer sus quejas. Uno de los manifestantes era el líder campesino Ashok Thorat, que dijo: «nadie de Karad ha pedido nunca la ampliación del aeropuerto. No hay industrias en Karad, por lo que nunca se introdujeron servicios aéreos comerciales en este aeropuerto desde su creación. Los campesinos se toman en serio el no ceder las tierras».

Karad no es un hecho aislado. India acoge hoy numerosas luchas de resistencia contra los megaproyectos de construcción de infraestructuras con enorme impacto social y ambiental, incluidos muchos aeropuertos.³¹ Pero el país también se ha caracterizado en los últimos años por tener una economía cambiante, lo que ha provocado, por tanto, que su sistema de movilidad también se haya transformado. Al igual que en

otras partes del mundo, un mayor número de personas ha empezado a volar en la India durante los últimos tiempos. Aun así, el viaje en tren es una alternativa evidente y cómoda a los vuelos. Vivek Gilani, director general de la iniciativa social cBalance, era un entusiasta de la aviación hasta que descubrió cómo los vuelos contribuían a disparar su huella de carbono. Ahora aboga por los viajes terrestres, especialmente en tren: «la mayoría de los lugares están bien conectados a través de los trenes y la cultura del tren aquí es algo que hay que experimentar. Disfruto de mis viajes en tren. Desde el tiffin especial o la comida que uno lleva de casa y que los otros pasajeros siguen compartiendo de buena gana, hasta la diversidad de idiomas y conversaciones, y los cambiantes paisajes y sonidos de cada estación, hay mucho que disfrutar».

Gilani ha aplicado sus principios en su trabajo en cBalance, dedicada a trabajar diferentes cuestiones relacionadas con la sostenibilidad, y ha implementado la política de no viajar en avión entre su plantilla: «en las raras ocasiones en que alguien necesita volar, se produce una excepción: un vuelo de ida por que no es posible reprogramarlo o por

motivos de salud. Dado que nuestro trabajo se centra en el cuidado del medio ambiente, es inspirador para muchas personas que nuestro pequeño equipo de gente joven no recurra a los vuelos para cubrir nuestras necesidades de viaje». Gilani y sus colegas han comprobado que su trabajo gana credibilidad, ya que cBalance es coherente con sus principios. A veces los clientes y los socios se sorprenden de que incluso el responsable de la organización haya viajado en tren: «una vez, el director general de la empresa para la que organizábamos un taller recorrió toda la oficina diciéndole a todo el mundo que yo había viajado en tren desde Mumbai solo por el taller», apunta Gilani.

«Cuando el personal de cBalance viaja en grupo aprovecha para planificar o tomarse un descanso. Jugamos a juegos de mesa o simplemente nos conocemos mejor, o dormimos o nos ponemos al día con la lectura. De vez en cuando también mantenemos conversaciones con otras personas que viajan sobre política o nuestro trabajo. El viaje en tren más largo que he hecho fue de Bangalore a Delhi, que son unas 35 horas de viaje. Tenía que ir a Delhi para un taller inmediatamente después de termi-



Estación de Dharampur, en la línea ferroviaria Shimla, al norte de la India.
© Deepangkar Goswami/Flickr, CC BY-NC-ND 2.0

nar otro en Bangalore. Las 35 horas fueron mi tiempo para poder recuperarme y reponer energías antes de retomar mi trabajo habitual de recuperación del clima. Sobre todo, los trenes me recuerdan que debo humanizarme, especialmente si he estado pensando demasiado en quién soy. Hace que me sienta bien».

Por supuesto, viajar en tren, como en cualquier otro medio de transporte, también tiene algunos inconvenientes, en la India y en el resto del mundo. Cada país tiene sus problemas particulares. Gilani se pronuncia sobre la India: «un obstáculo implícito que veo es la discriminación de clases. En la India, el tren es el medio de transporte más utilizado y la llamada alta sociedad necesita algo más que la diferencia del público en general. El viaje en tren se convierte en el transporte de la gente común. Lo ven como algo antiestético a la búsqueda de su bienestar personal. Desde el punto de vista climático, así como de la justicia social, creo que hemos visto suficientes daños como para darnos cuenta de que todos debemos tomar mejores decisiones en materia de transporte independientemente de nuestro lugar de origen».

Durante los próximos años, Gilani no quiere emprender ningún vuelo internacional y quiere buscar una ruta marítima entre Europa y EE. UU.: «espero que con nuestro trabajo nos encontremos con muchos más colegas, colaboradores y clientes en la India que reduzcan

sus vuelos. Estamos rodeados de gente que nos impulsa a ser y hacer lo que el mundo define como normal. Pero tenemos que mantenernos centrados y comprender que el viaje lento es el camino a seguir. Lento, no en términos de tiempo, sino lento, como una forma de mirar a la humanidad a través de una lente diferente, como un gusano a su paso por la Tierra en lugar de un misil por el cielo. Lento, como una forma de enriquecer la Tierra a través de nuestra vida en ella».

Volviendo al caso de Karad: en julio de 2019 los pequeños agricultores comenzaron a protestar contra la ampliación del aeropuerto de forma continuada durante día y noche con una sentada frente a la oficina de planificación del

distrito. Los agricultores que iniciaron la sentada (Thiyya Aandola) declararon que continuarían su protesta hasta que el gobierno atendiera sus demandas y cancelara el proyecto.

Los agricultores afirman que la ampliación no ayudará al desarrollo del municipio. Al contrario, lo llevará a la pobreza: se ocuparán tierras agrícolas fértiles y de regadío para conseguir la ampliación de una pista de aterrizaje e integrarla en un aeropuerto de tamaño considerable junto a la ciudad de Karad. Vinayak Shinde, el portavoz de las comunidades afectadas y activista de Shramik Mukti Dal, afirma que 1335 hectáreas de tierras agrícolas de regadío están amenazadas. En los terrenos que se van a arrebatar existen infraestructuras críticas para ese sistema de riego. Shinde señalaba: «los habitantes de los pueblos de Warunji, Kese, Munde, Padali, Gote y Supane han trabajado para desarrollar este sistema de regadío durante más de 50 años. Si se lleva a cabo la toma de tierras será una gran pérdida para unas 25 000 personas que dependen de esta agricultura».

Después de 53 días y sus noches, el 19 de septiembre de 2019 los agricultores pararon su protesta. Siguen manteniendo que el proyecto de la ampliación del aeropuerto es ilegal y hoy en día siguen intentando detenerlo, pero el gobierno de Maharashtra hace caso omiso.



India cuenta con una de las redes ferroviarias más grandes del mundo.

UN VIAJE A 2042

¿Cómo podría ser un viaje de larga distancia dentro de 20 años si priorizásemos un sistema de movilidad justo dentro de una economía del bienestar? ¿Cómo habrá cambiado el mundo y qué significa para cada una de nosotras? Existen muchas posibilidades y llegar a ellas dependerá de nuestra capacidad colectiva para materializar los futuros que soñamos. A continuación, presentamos la particular visión de un joven europeo durante su primer año sabático. Hay muchas otras perspectivas imaginables que son posibles y bienvenidas mientras construimos nuestra nueva economía del bienestar.

El canto de los pájaros te despierta tras una buena noche de sueño. Hoy es el día. Finalmente, vuelves a viajar. Tu maleta ya está lista y esperándote. Dejas la habitación y bajas hacia el comedor y la cocina compartidas. Mika, con quien compartes casa, sigue desayunando. Te sientas a su lado con un bol de copos de avena en la mano. «Quedan algunos dátiles argelinos», te dice —, «están buenísimos con la avena». Y piensas: «los dátiles son algo especial, pero ya estoy deseando que salgan las fresas del huerto comunitario de al lado. Y todos los frutos que nos esperan para el verano. Ni aunque volviera el invierno echaría para nada de menos los dátiles. Y quién sabe, tal vez la cooperativa consiga algunos, en cualquier caso. Sin duda, el próximo invierno habrá otra gran entrega de frutas y productos tropicales a través de la Cooperativa de Solidaridad Norte-Sur».

Al cerrar la puerta, ves un cielo limpio, azul y en calma. De manera insólita, se ve una estela que ha dejado un avión, «quizá se trate de otro vuelo de ayuda humanitaria», piensas. Últimamente ha habido varios que han despegado del aeropuerto más cercano a la capital, a 50 kilómetros de aquí. La capital es una de las pocas ciudades que todavía conservan aeropuertos operativos.

Hoy no coges la bici de reparto que sueles llevar, ya que también sueles hacer recados para tu familia y el resto de tus compañeros de casa. Acoplas tu pequeño remolque a la bicicleta para poder transportar tu maleta cómodamente, te montas en ella y te diriges a la estación de tren.

Miras el reloj y te das cuenta de que vas a llegar bastante más temprano. Pero piensas que no importa, ya que es un buen sitio en el que pasar el rato. Cuando llegas a la estación vas a la panadería y compras dos sándwiches. Recordando su juventud, tu padre siempre dice —el pan sabe mucho mejor que hace treinta años desde que empezamos a dedicar más a tiempo a hacer nuestra propia comida. Ocurre lo mismo con las verduras. Las variedades recuperadas no solo resisten más al clima inestable, sino que también saben mejor.

Abdullah está trabajando hoy en la panadería. Gracias a él hay pan recién hecho dos veces por semana. Después de charlar un rato, te vas a la amplia sala de espera y encuentras un sitio para sentarte con la intención de leer un libro. Pero de manera inesperada, te sorprendes a ti mismo viendo



cómo unos niños juegan en la zona de la guardería al otro lado de la sala. Probablemente sus padres están esperando al tren en la pequeña cafetería que hay al lado.

«Es increíble que pueda hacer este viaje», piensas. La última vez que hiciste un viaje tan largo fue hace dos años. Tres meses por España, Marruecos y Mauritania hasta Senegal. Primero en el tren nocturno; fue alucinante despertarse, abrir las cortinas del acogedor compartimento para dormir y ver el resplandeciente y azul mar Mediterráneo delante de ti. Desde Málaga viajaste en tren y la última parte en autobús eléctrico. Senegal fue apasionante. No lo habías planeado, pero, cuando la gente te habló sobre una nueva línea ecológica de barcos desde Dakar a Yamoussoukro en Costa de Marfil decidiste viajar hacia allí. Al preguntarle a una mujer a las afueras de la estación de tren cuál era el hotel más cercano, de manera espontánea te invitó a hospedarte en su casa con su familia. En Abidjan te quedaste en casa de unos conocidos de tu amigo Claude, que se crió cerca de la ciudad. Y en un bar un grupo de amigos te estuvieron hablando toda la noche sobre fútbol, emocionados al saber que Didier Drogba era el entrenador de tu club favorito. Todavía es un héroe en su país, aunque fuera mucho mejor jugador que entrenador.

Tu tren está a punto de llegar. Coges la bicicleta y la metes en el vagón destinado a su uso. Dentro, la cuelgas y pones el remolque en la amplia zona de almacenaje. Coges tu maleta y te acomodas en el siguiente vagón.

Conforme el tren sale y el edificio de la estación de fachadas llenas de vegetación se mueven lentamente, ves cómo tu ciudad se va haciendo más pequeña, alejándose cada vez más y más. Está salpicada de exuberante vegetación y resplandece con los paneles solares de los tejados que adornan la mayoría de las casas, brillando a la luz del sol.

Junto al rail circulan muy pocos vehículos, la mayoría son camiones o furgonetas de reparto. «Algunas mercancías son más fáciles de transportar por carretera. Pero me alegro de que casi nadie tenga coche propio hoy en día». Las historias sobre todas las horas desperdiciadas en atascos y los terribles accidentes que la gente mayor cuenta suenan horribles, aunque muy lejanas. «Por suerte, prácticamente tenemos las calles para nosotros solos», piensas al recordar

el último concierto callejero en el barrio donde estuviste bailando con tus amigos y tus vecinos toda la noche.

—¿A dónde vas? te pregunta la mujer sentada enfrente tuya. —¡Vaya maletón!

—A Katmandú —contestas.

—Ah, ¿estás de año sabático? —, te pregunta, al presentarse como Mia.

—Exacto, voy a estar viajando durante medio año. Nunca me he ido durante tanto tiempo, ni tan lejos. Me hace mucha ilusión.

—Bueno, todavía eres joven. Después del viaje tendrás mucho que contarles a tus amigos. ¿Sabes? Cuando yo tenía tu edad viajar era diferente. Lo llamábamos «turismo». Nos subíamos en un avión, volábamos hasta el otro extremo del mundo, a veces solo durante unos pocos días y normalmente nos quedábamos en el hotel la mayor parte de tiempo. Qué sinsentido. Pero la peor parte era el trabajo; tenía que volar de una ciudad a otra casi todas las semanas. Era muy estresante y siempre estaba cansadísima. Pero cuando nos sobrevino la gran pandemia por Covid-19, las cosas empezaron a cambiar.



FUENTES

¹ Institute for Global Prosperity (2019): Universal Basic Services: Theory And Practice.

² New Economics Foundation (2009): A Bit Rich: Calculating the real value to society of different professions.

³ Hickel (2021): Less is More. How Degrowth will Save the World.

⁴ O'Callaghan & Hepburn (2020): Why airline bailouts are so unpopular with economists.

⁵ The Guardian (2020): US government agrees on \$25bn bailout for airlines as pandemic halts travel.

⁶ The Independent (2020): United Airlines sending layoff notices to nearly half of US employees.

⁷ USA Today (2020): «A gut punch»: United Airlines to lay off up to 36,000 U.S. employees in October as travel remains depressed.

⁸ Forbes (2020): United Airlines got billions from the government, paid executives millions and now could downsize almost half of its U.S workforce.

⁹ The Guardian (2020): United Airlines received billions in Covid aid. Now thousands of workers could lose their jobs.

¹⁰ ibid.

¹¹ BBC (2021): United plans supersonic passenger flights by 2029.

¹² Stay Grounded (2021): Greenwashing. bit.ly/SGGreenwashing

¹³ Kothari et al. (2019): Pluriverse: A Post-Development Dictionary; Simms, Johnson & Edwards (2009) Other worlds are possible: human progress in an age of climate change.

¹⁴ Gössling & Humpe (2020): The global scale, distribution and growth of aviation: Implications for climate change.

¹⁵ Environmental Justice Atlas: Map of Airport-Related Injustice and Resistance. bit.ly/AirportConflictMapping

¹⁶ Véase el gráfico de la página 19

¹⁷ The Guardian (2019): How your flight emits as much CO₂ as many people do in a year.

¹⁸ Sher et. al. (2021): Unprecedented Impacts of Aviation Emissions on Global Environmental and Climate Change Scenario.

¹⁹ Véase infografía en la página 23.

²⁰ Stay Grounded (2019): Degrowth of Aviation.

²¹ APEM, Rainforest UK Foundation (2020): REDD-MINUS: The Rhetoric and Reality of the Mai Ndombe REDD+ Programme. bit.ly/ReddMaiNdombe

²² ibid.

²³ Rainforest Foundation UK (2016): Protected Areas in

the Congo Basin: Failing both people and biodiversity?

²⁴ Estudio de Impacto Ambiental disponible en: bit.ly/3GTpkk0 and Blog Biocombustible avanzado (2021): bit.ly/3wbTXLz; ECB Group (2021): bit.ly/30cCMjg

²⁵ Franceschelli et al. (2022): Producing fuel for other people's planes. A case study on the Omega Green biofuel refinery in Paraguay: stay-grounded.org/agrofuel-case-study

²⁶ Griffith University: Global Sustainable Tourism Dashboard. bit.ly/GriffithAviationEmissions

²⁷ Calel et al. (2021): Do Carbon Offsets Offset Carbon? CESIFO Working Paper.

²⁸ Possible (2022): The Right Track for Green Jobs: Cutting aviation emissions while boosting employment and climate-friendly travel.

²⁹ Söderberg & Wormbs (2019) Grounded. Beyond Flygskam.

³⁰ Rapid Transition Alliance (2020): Lessons from Lockdown.

³¹ Environmental Justice Atlas: Map of Airport-Related Injustice and Resistance. bit.ly/AirportConflictMapping

Un gran mensaje no dice lo que
ya es popular; un gran mensaje
hace popular lo que hay que decir

Anat Shenker-Osorio



CÓMO UTILIZAR LAS NUEVAS NARRATIVAS

Muchas personas que lean este informe serán activistas experimentadas que trabajan en diversas campañas por todo el mundo. Puede que luchen por el cambio **organizando y movilizan- do a las personas, fomentando movimien- tos, presionando e influyendo** en los políticos, realizando críticas y oponiéndose a aquellas personas que ostentan el poder político o económico, o bien aplicando otras estrategias. Las herramientas que se presentan en las siguientes páginas pretenden ser recomendaciones que sirvan de ayuda, no una lista de instrucciones que se deba seguir a rajatabla. Hemos intentado que sean lo más prácticas y

aplicables posible, pero algunas puede que no se adapten a sus circunstancias. La intención es que vosotros y vosotras, como impulsoras de las campañas, elijáis estas herramientas como si fuesen ingredientes y las utilizéis para elaborar vuestra propia receta de éxito en vuestro contexto. También presentaremos algunas teorías que pueden ayudar a explicar por qué la gente apoya o se opone a una causa, y las vincularemos a las nuevas narrativas para ilustrar cómo podrían funcionar en la práctica, a pesar de que no existan reglas rígidas. Utiliza estas herramientas junto con tu propia experiencia en el ámbito local.

CÓMO PENSAR EN NUESTRA AUDIENCIA

Al contar con un sólido conjunto de nuevas narrativas y estudios detallados de casos para fortalecer nuestro mensaje, necesitaremos dedicar algún tiempo a reflexionar sobre nuestro público. Tras nuestra estrategia y plan de comunicación, es conveniente tener claro a qué tipo de público nos dirigimos y qué respuesta esperamos de él. Para llegar a nuestra audiencia con eficacia tendremos que saber cuáles son sus motivaciones. ¿De dónde obtienen la información? ¿A quién escuchan y en quién confían? ¿Cuáles son los valores fundamentales que impulsan su toma de decisiones? Cambiar los corazones y las mentes no es tarea fácil. Daniel Kahneman, galardonado con el Premio Nobel por su trabajo sobre el sesgo de confirmación reveló nuestra tendencia a creer cosas que están respaldadas por lo que ya creemos y llegó a la conclusión de que tenemos que trabajar mucho si queremos utilizar los datos para cambiar la opinión.¹ Si es complicado cambiar nuestra propia manera de pensar y actuar, es incluso más difícil modificar las opiniones de otras personas. Las opiniones se sienten, ya que nuestra respuesta emocional es más inmediata que nuestro razonamiento, lo que nos lleva al poder de la narración en las estrategias de campaña.²

La razón por la que la gente se siente atraída por ciertas campañas y no por otras es por las historias que cuentan y por cómo esa historia conecta con la audiencia a nivel emocional. Al igual que cuando entablamos una amistad, primero respondemos a lo que «sentimos» por alguien antes de dedicar tiempo a averiguar más sobre esa persona. Muchas relaciones fracasan en este primer punto, al igual que muchas campañas. El objetivo es conseguir que la gente tenga una respuesta emocional a la historia que se cuenta, creando una conexión con las perso-

nas basada en valores compartidos. Los cuentos de hadas y los mitos son buenos ejemplos de cómo los valores comunes permiten la comunicación: los personajes malvados son fáciles de detectar y muchas veces nos identificamos con el héroe o la heroína. En las campañas, también suele ser útil encontrar «héroes» y «villanos» comunes. Del mismo modo, las metáforas y los símiles ayudan al público a sentirse conectado con una idea abstracta haciéndola familiar, recurriendo a historias y actitudes establecidas para señalar cómo debe sentirse el público sobre el tema. Pensar en temas poco familiares requiere una energía y un esfuerzo que mucha gente no está dispuesta o preparada a realizar; parte del trabajo del activista es facilitarlo al máximo.

Hemos de señalar que este trabajo es complicado; a menudo nos enfrentamos a un ejército de relaciones públicas corporativas motivadas y con mucha experiencia cuyo trabajo es mantener el *statu quo*. Su trabajo de campaña tendrá que ser dinámico, de carácter experimental y necesariamente tenaz, buscando iniciativas en las que su mensaje llegue a buen puerto y atraiga la atención hacia su causa. Es mucho más fácil comunicar lo que ya conocemos que el cambio que se quiere ver. Las viejas narrativas se han repetido constantemente para mantener las cosas como están y, como ocurre con cualquier serie de ideas preestablecidas, serán difíciles de derrocar. Las narrativas de la industria, por ejemplo, se centran en futuros que evitan el cambio esencial; son prácticamente iguales a las anteriores, con la salvedad del concepto «ecológico», aparentemente sin límite alguno, del que hacen alarde.

Se requieren grandes esfuerzos para introducir nuevos conceptos del futuro y formas diferentes de actuar en el planeta. Abrirse paso entre el constante bombardeo mediático durante las 24 horas es ya un reto, (quizás más un arte que una ciencia), pero con un mensaje sólido y una buena historia que contar, es probable lograr el éxito. **Los caminos alternativos hacia el futuro deben ser claros, entendibles y con-**

venientes si quieren sustituir el ritmo del capitalismo global actual.

La sociedad se compone de una gran variedad de gente, con diferentes identidades, metas en la vida e historias personales, pero la clave para pensar en la audiencia es dónde, cuándo y cómo coinciden para que su mensaje tenga la mayor repercusión posible. Después de todo, las marcas globales utilizan esta estrategia para vender productos de consumo empleando un nombre de marca sencillo y repetitivo y mensajes con el mismo enfoque, disposición y eslogan durante décadas. **¿Cuáles son los valores comunes que se pueden utilizar para fomentar tanto que la gente cambie su propia actitud como que se produzcan cambios en el sistema?** En este campo hay trabajo académico útil que vale la pena tratar aquí y, para aquellas personas que quieran profundizar, pueden encontrar referencias a lo largo del documento.

La **teoría de los fundamentos morales**³ del psicólogo norteamericano Jonathan Haidt propone un grupo básico de valores humanos que todos compartimos:

1 Cuidado/daño: en nuestra larga evolución como mamíferos con vínculos y empatía por los demás subyacen las virtudes de la bondad, la amabilidad y la atención. Las narrativas de Un destino común y Un aterrizaje seguro hablan en gran parte de ellas, recordándonos que somos parte de la humanidad, el daño que nuestro fracasado sistema económico hace a las personas y al planeta, y la necesidad de cuidar a las personas.

2 Lealtad/traición: el proceso evolutivo del altruismo recíproco genera ideas de justicia, derechos y autonomía. Las narrativas de La codicia de la aviación y Verde significa en tierra están estrechamente relacionadas con este concepto y pueden emplearse para revelar cómo una minoría de empresas e individuos de gran poder económico están perjudicando a la gran mayoría.

3 Lealtad/traición: implica permanecer con tu grupo, familia o país. Nuestra larga historia como criaturas tribales con alianzas cambiantes revela patriotismo y sacrificio individual, «uno para todos y todos para uno». Las historias de La codicia de la aviación y Verde significa en tierra hablan sobre estos valores, poniendo al descubierto cómo las engañosas compañías van en búsqueda de su propio beneficio mientras que Un aterrizaje seguro puede ser útil para llamar la atención sobre la necesidad de preocuparnos por la situación de las y los trabajadores del sector de la aviación en un futuro cambiante e incierto.

4 Autoridad/subversión: nuestra larga historia de interacciones sociales jerárquicas entre los primates genera liderazgo y seguimiento, al igual que la deferencia a la autoridad legítima y el respeto a las tradiciones. Este valor podría utilizarse con la narrativa de Un aterrizaje seguro para resaltar lo que podemos conseguir mediante una gestión y una regulación de gran calidad. La lectura de La codicia de la aviación podría utilizarse aquí para sugerir que esta industria quiere ser un caso especial que, prácticamente, se salta la ley. Verde significa en tierra puede utilizarse cuando las aerolíneas y los gobiernos no cumplen los objetivos ni la normativa en materia climática. Disfrutar del viaje también podría utilizarse para resaltar el volver a viajar de manera local, la belleza natural de nuestras proximidades y las tradiciones.

5 Santidad/degradación: conformado por antiguos aspectos de asco y contagio, esto subyace a las nociones religiosas de esforzarse por vivir de una manera elevada, menos carnal y más noble. Las narrativas Disfrutar del viaje y Un aterrizaje seguro encajan con estos valores, animándonos a vivir de forma más armoniosa entre nosotros y con la naturaleza.

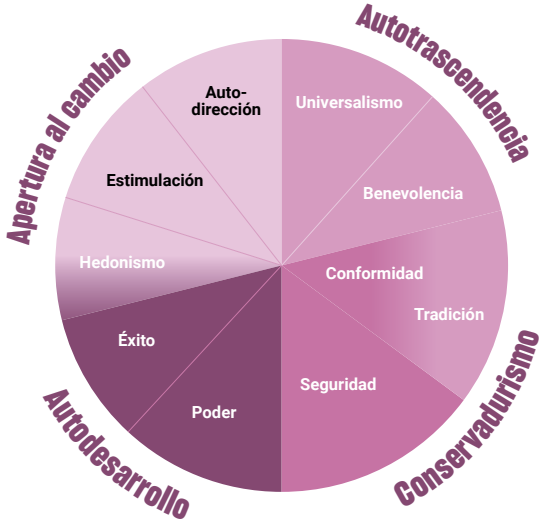
La diferencia radica en la importancia que cada persona le da a un determinado valor. Las encuestas realizadas a decenas de miles de personas en todo el mundo han demostrado que valores como el cuidado y la equidad son, en general, más importantes para las personas de ideología liberal o de izquierdas mientras que las personas más conservadoras tienden a valorar la santidad, la lealtad y la autoridad. Las recientes campañas mundiales orientadas a reducir el plástico de un solo uso lograron acercar a diferentes generaciones y grupos de renta, utilizando portavoces de confianza para transmitir el mensaje y apelando a valores compartidos sobre la destrucción de ambientes prístinos, que hablan tanto de los valores del daño como de la pureza.

Este concepto de los valores comunes también lo explora Shalom Schwartz⁴ en su trabajo. Schwartz realizó una investigación en 82 países sobre las motivaciones de la gente y dio con **diez valores que, sorprendente-**

mente, perviven en diferentes culturas. El trabajo de la organización Common Cause Foundation, con sede en Reino Unido, examina este tema en profundidad, detallando cómo las personas no siempre actuamos conforme a nuestros valores, ya que sentimos la necesidad de compensarlos, resultando a veces conflictivos. Por ejemplo, la gente puede votar a un partido político que realmente no refleja sus valores.⁵ Las actitudes culturales o sociales también añaden complejidad a la armonización de las acciones con los valores. Por ejemplo, una persona puede seguir utilizando su coche a pesar de saber que está perjudicando al medio ambiente por la falta de infraestructuras de transporte público.

Además de mejorar nuestra comprensión de nuestros valores comunes, puede resultar útil la teoría del **«sentido común»** que describe Antonio Gramsci, en la cual cualquier cultura dominante se pone de acuerdo sobre un entendimiento de lo que es bueno, malo o

VALORES HUMANOS BÁSICOS



La teoría de los Valores Humanos Básicos desarrollada por Schwartz identifica 10 valores humanos esenciales, cada uno definido por motivaciones subyacentes u objetivos reconocibles en personas de todas las culturas. Por ejemplo, los valores de universalismo y benevolencia enmarcados en la autotrascendencia están asociados a comportamientos ecologistas. Un determinado valor puede entrar en conflicto o alinearse con otros valores.

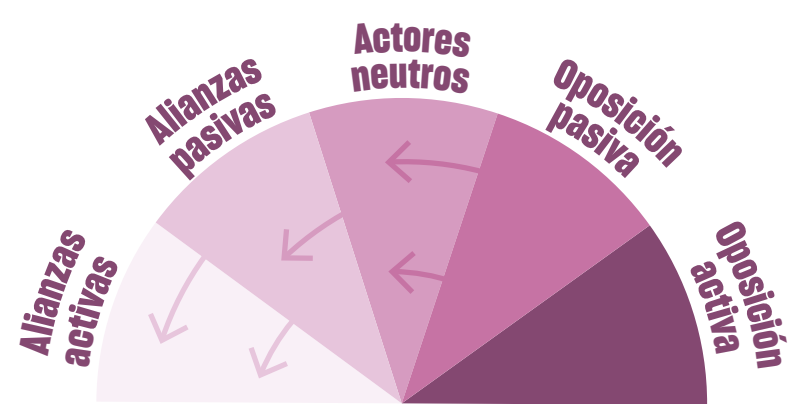
Fuente: Schwartz (1992): *Universals in the Content and Structure of Values*.

normal.⁶ Es lo que llama **hegemonía cultural**. La visión dominante desarrollada durante décadas por la industria de la aviación que promueve el hecho de volar como algo bueno y normal, y que aporta beneficios a todas las personas podría describirse como hegemonía cultural. Nuestras nuevas narrativas intentan cambiar esto y nuestra experiencia global sobre la pandemia muestra cómo el «sentido común» y, por lo tanto, estas hegemonías culturales pueden cambiar rápidamente. Por ejemplo, durante la pandemia, trabajar desde casa pasó de ser una actividad que unas pocas personas realizaban e incluso considerada poco profesional, a convertirse en algo normal y bien aceptado. Podemos hacer lo mismo con el transporte aéreo, consiguiendo que la actividad de volar se considere poco común salvo cuando las circunstancias no permitan ninguna otra opción.

Cuando se decide hacer campaña

sobre este tema, y más cuando no se disponen de muchos recursos, es recomendable recurrir a la útil guía⁷ del veterano activista británico Chris Rose, en la que se recalca la importancia de ir donde está la audiencia a la que queremos dirigirnos y presenciar los problemas con nuestros propios ojos. Para que una campaña tenga éxito, Rose cree que hay que dirigirse a un número suficiente de población para inclinar la balanza hacia algo que se convierta en el nuevo «sentido común». Esto puede significar que haya que centrarse en un aspecto concreto de un problema en el que una proporción significativa de la gente pueda encontrar suficientes puntos en común para conseguir el efecto que se pretende. El activista sugiere no desperdiciar tiempo ni esfuerzos intentando convencer a nuestros acérrimos oponentes, los cuales ya han forjado sus identidades con respecto a algo que usted está intentando cambiar.

ESPECTRO DE ALIANZAS



A menudo, las campañas no resultan exitosas por derrotar a su oposición. En realidad, necesitan ir aumentando su base de apoyos y movilizar a gente que había sido neutral. El concepto del espectro de alianzas permite a las y los activistas identificar posibles alianzas, determinar posibles apoyos pasivos cuya movilización resulta necesaria y debilitar los apoyos de la oposición.

Fuente: Beautiful Trouble: Spectrum of Allies. bit.ly/BT_SpectrumOfAllies

En cuanto a los vuelos, será importante averiguar qué parte, quizá pequeña, de todos los problemas es el punto de referencia para la mayoría de la gente. Podría ser la narrativa de Un aterrizaje seguro, el cual no solo se basa en la concienciación sobre el cambio climático y el cuidado del medio ambiente, sino que además pone el acento en asegurar el futuro de las industrias existentes y de sus plantillas. Esto atrae a valores de todo el espectro.

Varias de nuestras nuevas narrativas como Disfrutar del viaje, Un aterrizaje seguro y Un destino Común se centran en un futuro optimista donde el bienestar humano y la prosperidad son prioritarios. Para entender la importancia de considerar también otros aspectos más sensibles de la vida como las relaciones o la creatividad, merece la pena mencionar las ideas del académico norteamericano Tim Kasser. Observó cómo **el materialismo y el consumismo mantienen una relación negativa con el bienestar y la prosperidad humana**.⁸ Sugiere que estos valores «intrínsecos» son difíciles de percibir bajo el bombardeo diario de la publicidad y los mensajes de los medios de comunicación, por lo que los cambios generalizados también deben ser apoyados por la política y la regulación efectiva (aunque la acción individual es útil).

Otra fuente de trabajo sobre estos valores difícilmente reconocibles pero altamente gratificantes es el realizado por Tom Crompton y la fundación Common Cause Foundation,⁹ que catalogan ejemplos como la comunidad, el afecto por los amigos y la familia y la creatividad como «valores intrínsecos» y la imagen pública, el poder y cómo nos ven en el mundo como «valores extrínsecos». Nuestras nuevas narrativas se posicionan para apelar a estos valores intrínsecos basándose en ideas de equidad, colaboración y actuación por el bien común. Para ello, siguen el enfoque de la **comunicación transformadora**, trabajando con mensajes y campañas que se esfuercen por promover los valores solidarios positivos en las personas y la sociedad, al tiempo que se persiguen objetivos concretos.

¿CAMBIO DE COMPORTAMIENTO O CAMBIO SISTÉMICO? ¡AMBOS!

A menudo, el cambio de comportamiento individual y los cambios sistémicos son presentados como caminos separados hacia la sostenibilidad. Numerosas campañas se focalizan en uno u otro tipo de cambio, pero un importante número de investigaciones han demostrado que ambos enfoques se refuerzan mutuamente.¹⁰ La gente tiende a modificar sus comportamientos cuando otras personas de su entorno cambian los suyos. El comportamiento de personalidades influyentes ejerce igualmente una gran influencia en lo que se considera deseable o negativo.

La ciencia también ha demostrado que la credibilidad de las y los activistas del cambio climático es considerada más alta cuanto menos es su huella de carbono.¹¹ Los actos individuales pueden potenciar o deslegitimar los mensajes políticos. Por ejemplo, piensa en un político que realiza un trayecto corto en un jet privado para hablar de la necesidad de reducir nuestras emisiones. Pocas cosas gustan menos a la gente que las personas hipócritas.¹²

La necesidad de optar entre cambio individual y cambio sistémico es una falsa disyuntiva.



CÓMO APLICAR LO QUE SABEMOS PARA CREAR UN NUEVO MARCO PARA LA AVIACIÓN

Esta sección se centra en la utilización de las nuevas narrativas de la aviación en el marco de la crisis climática para conseguir mayor penetración en el público y, a partir de ahí, mayor capacidad de producir cambios en la realidad a través de nuestras campañas. Para ello, habrá que averiguar cuáles son las nuevas narrativas más convenientes para su objetivo y encontrar buenas historias que se ajusten al contexto y atraigan al público identificado como prioritario. Aprovechar al máximo las oportunidades que ofrecen los medios de comunicación, entender cuándo y dónde utilizar las nuevas narrativas para que tengan éxito y crear la capacidad de garantizar que toda la red de contactos pueda intercambiar las habilidades y el aprendizaje de forma eficaz. También puede ser útil hacer alusión a los valores intrínsecos (como se ha comentado ante-

riormente); en este sentido, la organización Common Cause Foundation ofrece excelentes ejemplos sobre cómo analizar nuestras comunicaciones para comprobar si se basan en los valores intrínsecos.¹⁵

Este apartado puede resultar básico para las activistas con más experiencia, pero siempre es útil volver a las bases y comprobar que tanto tú como tu trabajo no se han quedado atascados en algún momento. Es una oportunidad para explorar ideas nuevas y creativas e intercambiarlas en nuestra comunidad. Las nuevas incorporaciones normalmente aportan ideas interesantes, así que es conveniente tener una actitud abierta y, de vez en cuando, dar un paso atrás para revisar nuestras campañas y sus enfoques de comunicación como si empezaran de nuevo.

PASO A PASO. CÓMO ACTUAR CON EFECTIVIDAD

Ten claro lo que quieres conseguir para asegurarte de que tu estrategia y tu plan de comunicación se dirigen hacia tus objetivos. Decide a quién piensas dirigirte, el calendario y lo que quieres conseguir. Examina las nuevas narrativas y determina cuáles son las más útiles teniendo en cuenta tus

objetivos y tu público. La elección de las nuevas narrativas te ayudará a determinar qué mensajes tienen más probabilidades de éxito. Intenta planificar cifras reales para tus acciones e impactos siempre que sea posible, incluso si se trata de una estimación inicial.



Formatos de diseño de campañas como este de MobLab te ayudan a garantizar que has abordado todos los elementos esenciales para desarrollar una campaña exitosa, desde la visión y la estrategia hasta el mensaje y las métricas.

Fuente: Mobilisation Lab: bit.ly/ML_CampaignCanvas

RECORDAR LOS ÉXITOS Y DECEPCIONES DEL PASADO, Y APRENDER DE ELLOS.

También es útil recopilar las campañas de comunicación anteriores (de los últimos dos años, por ejemplo) y preguntarse «qué ha funcionado, y por qué» y «qué no ha funcionado, y por qué no».

- ¿Qué metas estableciste? ¿Las lograste?
- ¿Llegaste a tu público objetivo? ¿Qué grado de consistencia y efectividad tuvieron los mensajes?
- ¿Tus mensajes e imágenes fueron lo suficientemente inclusivos y diversas?
- ¿Cuán potentes fueron las imágenes empleadas? ¿Cómo podrías mejorarlas?
- ¿Qué nivel de detalle y honestidad tuvo el seguimiento que realizaste? ¿Los resultados fueron los esperados o decepcionantes? En cualquiera de los dos casos, ¿sabes por qué?

PREPARA UNA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA UTILIZANDO LAS NUEVAS NARRATIVAS

Decide a qué audiencias necesitas dirigirte para alcanzar tus objetivos y organiza un calendario. Examina las nuevas narrativas y determina cuáles son las más apropiadas teniendo en cuenta tus metas y el público objetivo. El hecho de elegir las nuevas narrativas te ayudará a generar un mensaje y contenido poderoso. Identifica de manera clara el objetivo de tu campaña (contra qué o quién se pronuncia) para centrar tu comunicación y tus acciones en el entorno adecuado, al igual que a tus colaboradores potenciales y aliados. Dentro de sus objetivos principales, quizá quiera incluir algunos secundarios a lo largo del proceso, al igual que «resultados» específicos, más fácilmente cuantificables y que resultan útiles para realizar comparaciones y comprobar la efectividad de su campaña. Intenta determinar cifras reales cuando sea posible, incluso si al principio solo se tratan de aproximaciones. Tu objetivo podría ser detener la ampliación del aeropuerto de tu ciudad y, como resultado de la presión ejercida, podrías movilizar a cinco concejales locales para la causa. O, en otro tipo de campaña, el objetivo de tu organización podría ser duplicar el grupo activista local hasta conseguir las 100 personas miembro y realizar manifestaciones mensuales.

Prepara tu plan de comunicación. Cómo transmitirás tu trabajo a la gente y les convencerás para conseguir que te apoyen para alcanzar el objetivo.

Crear estrategias de comunicación efectivas depende mucho del público objetivo y el contexto en el que las acciones tienen lugar. A pesar de la necesidad de adaptar las estrategias de comunicación, existen algunos conceptos generales de buenas prácticas que van más allá del contexto, la audiencia y los propios objetivos. A continuación, citamos algunas claves que te ayudarán a redactar tu propio plan de comunicación:

- **Utiliza un lenguaje sencillo y fácil de entender** para dirigirte a tu audiencia y evita tecnicismos sobre la emergencia climática, la industria de la aviación u otros temas más amplios como la economía y las finanzas. Utiliza palabras cotidianas y metáforas que estén conectadas con las realidades que viven las personas y que reflejen la gravedad del problema.
- **Utiliza un lenguaje coherente sobre la visión que se tiene del mundo, los valores y los objetivos que se quieren transmitir y reforzar.** Habla de las cosas buenas de manera positiva y de las cosas malas, de manera negativa, por ejemplo: «objetivos climáticos sólidos» y no «objetivos climáticos complicados».

- **Intenta crear las imágenes correctas en las mentes de las personas con su enfoque.** Por ejemplo, en lugar de hablar sobre «viajes en avión» diga «tráfico aéreo» ya que la palabra «viaje» evoca escenas mentales de playas, el mar y piñas coladas; la palabra «tráfico» tiende a hacernos pensar en los atascos y el ruido de los aviones.
- **Sé preciso. Evita la exageración: la verdad ya es mala de por sí.** Estamos experimentando un fenómeno de extinción masiva. Mucha gente tiene problemas a la hora de interpretar los números. Intenta restringir las estadísticas en la medida de lo posible. Cuando utilices datos, hazlo de manera breve, asegúrate de que las fuentes son fiables y están referenciadas; así mismo, recomendamos la utilización de gráficos.
- **Mantén cierta sensación de cercanía o «proximidad» con respecto a las experiencias actuales** empleando ejemplos de lo que tu audiencia está viviendo en el momento para mantener que lo que estás diciendo se corresponde con el presente y su situación. Evita hablar de años futuros como 2030 o 2050 (por ejemplo, para los objetivos climáticos) siempre que sea posible.
- **Muestra positividad al hablar de las oportunidades y beneficios de lograr tu objetivo.** Ya sea un aire más respirable, carreteras menos congestionadas, menos noches de insomnio o el disfrute de viajar de manera más pausada y conocer a la gente dentro de su ámbito cultural: haz que las ventajas sean una realidad. Intenta evitar enfoques catastróficos que puedan crear miedo y paralizar la acción.
- **Para aquellos que organizan, también se les puede hacer hincapié en la alegría y el sentido de comunidad que pueden surgir de la acción constructiva y colectiva.** Describe lo que se gana al abordar los excesos de la aviación y orienta a la gente sobre el modo de actuar.
- **Utiliza el humor y la creatividad.** Aunque puede que no siempre sean adecuados para todas las ocasiones, las metáforas divertidas, los dibujos, los memes, los cambios creativos en los anuncios de la aviación y los vídeos siempre hacen reír a la gente.
- **Apela a los valores comunes de la gente** y explica por qué deberían ser importantes para todas, cómo nos afecta. Ésta es una parte esencial del arco argumental; recurrir a los sentimientos y los valores que la gente tiene y llevarlos con una misma.
- **Cuenta historias.** Encuentra relatos que atraigan al mayor número posible de personas y que encajen con las nuevas narrativas que haya escogido. Utiliza metáforas y símiles para darle vida al tema en el que quieres centrarte.

- **Emplea imágenes. Son poderosas (ver el recuadro de la página 87) a la hora de comunicar mensajes y suscitar emociones.** Ya sea para generar ira, exponer hechos injustos como la destrucción causada por el tráfico aéreo o crear esperanza a través de un panorama de alternativas y una óptima movilidad, las imágenes constituyen una herramienta muy efectiva.
- **Evita utilizar los enfoques de la oposición siempre que sea posible.** Utilizar el lenguaje de los oponentes con expresiones tales como «vuelos neutros en carbono» o «descarbonizar» podrían legitimar de manera implícita los proyectos de compensación y las soluciones de tecnología aisladas a pesar de todos los problemas que suponen. Antepón tu punto de vista y tu enfoque, y haz valer tu postura a través de tu propio lenguaje y terminología, no la de ellos; por ejemplo, al hacer una crítica puede ser necesario tener que emplearlos, pero si es así, asegúrate de explicar el contexto correctamente.
- **Sé prudente a la hora de entrar en discusiones demasiado detalladas que puedan reforzar la influencia negativa de la economía predominante.** Esto significa no hablar sobre los «costes reales de los vuelos», ya que son incalculables e imposibles de valorar. De hecho, la valoración de los costes en ciertos casos, como en el rendimiento educativo de las y los menores, puede desvincularse de los elementos más humanos y de las experiencias vividas

- con respecto a su estrategia de comunicación. Además, los pequeños desajustes o errores en el cálculo de los costes pueden hacer que tus intervenciones de sean criticadas y se desvíen de su objetivo.
- **Mantén un tono abierto** y argumentativo que fomente el acuerdo sobre los valores comunes. Los consejos y la insistencia sobre la gente harán que las personas se aparten de tu causa.
- **En lugar de consumidores pasivos, dirígete a la gente como personas con capacidad de acción y grandes responsabilidades.** Recuerda que todas ellas son empleadas, madres/padres, amigos, familia y vecinos, es decir, son una muestra representativa de la comunidad.

ENCONTRAR PORTAVOCES Y ALIANZAS

Una comunicación efectiva necesita una voz auténtica que cuente una historia creíble y fácil de entender. ¿Sabe tu equipo y base social lo que queréis conseguir? Si les pides que escriban sus respuestas, ¿dirían todos lo mismo? El discurso de ascensor es la forma en la que alguien describiría

Una activista de la red Stay Grounded realiza una entrevista disfrazada de pingüino ©Stefan Müller



lo que pretende conseguir si estuviera en un ascensor con una persona influyente y tuviese solo un breve espacio de tiempo para comunicar su mensaje. ¿Cuál es el tuyo? ¿Y quién puede transmitirlo de la mejor manera? Quien da un discurso frente al público ha de expresarse de manera clara, con confianza y de una manera envolvente para poder comunicar de manera eficaz.

La **Stay Grounded Multiplier Network** pretende ser un espacio para que las y los activistas compartan conocimientos, recursos, experiencia y habilidades. También será un lugar idóneo para aprovechar las voces más poderosas que pueden no estar cerca pero que están dispuestas a colaborar como aliadas en determinados proyectos. Compartir las historias de otras personas fortalecerá tu propia campaña y utilizar las voces de otras zonas y países afectados es importante para expresar el carácter global de esta causa. Buscar portavoces y compartirlos es una de las maneras más importantes de colaborar para difundir los mensajes.

Por ejemplo, la lucha contra la ampliación del aeropuerto de Bristol, en el Reino Unido, no solo fue una colaboración entre movimientos medioambientales locales que tuvo éxito, sino que también fue una llamada a la acción en Canadá cuando se dieron cuenta de que el sitio era propiedad de un fondo de pensiones de docentes canadienses. Cuando se trabaja con gente de otros países y culturas es importante ser respetuoso con su cultura y tener precisión con su geografía. Evita hablar del Sur Global como si se tratase de un lugar homogéneo.

Resulta esencial que las personas que ejerzan de portavoces se sientan cómodas frente a una cámara o un micrófono y, por supuesto, frente a una multitud. Estas habilidades se pueden enseñar, pero hay personas dentro de las organizaciones que por naturaleza se muestran efectivas y cómodas en este papel, así que ten la mente abierta y prueba diferentes portavoces en diferentes situaciones. Piensa cuál es la audiencia a la que quieres dirigirte y a quién estarían dispuestos a escuchar. Esto no significa que deban tener la misma apariencia o que sean el mismo tipo de persona, pero merece la pena probar con gente diferente y diferentes audiencias para ver quién percibe mejor los mensajes.

¿Quién es la persona más indicada para hablar de las nuevas narrativas? Las personas con perfil alto son buenas para atraer a grandes audiencias, pero también pueden gustar o desagradar a diferentes grupos. Intenta encontrar historias en tu localidad que acompañen a cada una de las nuevas narrativas y portavoces dispuestas a hablar de los temas desde su perspectiva. Por ejemplo, si está haciendo campaña en contra de un nuevo aeropuerto, podría resultar efectivo conectar a alguien que viva cerca y cuyo hogar se vea afectado por la contaminación para utilizar la narrativa de La codicia de la aviación, junto con un economista para contrarrestar los argumentos sobre las repercusiones financieras utilizando la narrativa Verde significa en tierra, sobre la necesidad de financiar alternativas reales.

Puedes apoyarlos con datos concretos, infografías y entrevistas de personas representantes de tu organización, pero la gente «real», a la que no se asocia directamente con una campaña, será más atractiva para el público. La Stay Grounded Multiplier Network te permitirá conectar con diferentes regiones para mostrar cómo las acciones en un sitio concreto pueden repercutir en otro lugar diferente. Encuentra algunas historias positivas de cambio, como empresas u organizaciones locales que han decidido dejar de volar y utilízalas para animar a otros grupos a seguir la narrativa de Un aterrizaje seguro, estableciendo nuevos patrones de comportamiento y nuevas políticas para un futuro sostenible.

FORTALECIENDO CAPACIDADES: LAS NUESTRAS Y LAS DE NUESTRAS ALIADAS

El desarrollo de las capacidades se refiere tanto al número de personas activas y simpatizantes como a las habilidades que aportan. Una evaluación periódica de las competencias puede ayudar a ver cuáles son sus puntos fuertes y a identificar las carencias. Merece la pena que incluso las y los profesionales con mayor capacitación sigan mejorando y actualizando sus conocimientos. Es posible que necesite incorporar nuevas personas al equipo, formar a los miembros actuales para perseguir nuevos objetivos o buscar herramientas específicas. Conoce a tus colegas activistas y averigua quién es la persona más adecuada para cada tarea. Pocos colectivos pueden permitirse el lujo de contratar a personas con la experiencia perfecta, por lo que es sensato ser honesto sobre lo que se hace bien y sobre aquello en lo que hay que pedir ayuda.

Antes y durante la cumbre del clima de Glasgow (COP26), la Declaración de Ambición Climática de la Aviación Internacional demostró lo eficaces que pueden ser la creación conjunta y la colaboración, reuniendo con éxito a cientos de organizaciones que trabajan en temas relacionados con el clima, como las organizaciones no gubernamentales relacionadas con el desarrollo y el medio ambiente, sindicatos, campañas de base, grupos religiosos, grupos de jóvenes, grupos de inmigrantes y redes de justicia racial. Esto les dio los recursos necesarios para organizar eventos de mayor magnitud, reunir el impacto de los medios de comunicación y atraer a los delegados de los procesos formales que, de otro modo, se habrían visto fragmentados y obligados a elegir entre las causas que apoyan. Colaborar no solo dentro de la red de contactos, sino también a nivel local con otros grupos que llevan a cabo campañas diferentes, pero que puedan aliarse en torno a una causa común, puede ser eficaz y bueno para la motivación. Los sindicatos y otros grupos de trabajadores, en particular los de la industria de la aviación, aunque puede que no participen en sus campañas formal-



Movilización en ciudad de Mexico por parte de la coordinadora de organizaciones de población indígena. © CPOOEM

mente, pueden contribuir valiosamente y estarían dispuestos a ofrecer su apoyo, comentar o participar en determinadas actividades. Construir y nutrir estas relaciones es una parte muy importante de la campaña para el camino hacia una transición justa.

Merece la pena analizar las formas de trabajar del movimiento climático **Extinction Rebellion**, ya que representan un cambio en la toma de decisiones, que pasa de estar centralizada a priorizar la autoorganización independiente basada en una serie de principios básicos, en un proceso que fomenta el bienestar y las ganas de aprender de cada grupo. A pesar de su enorme éxito, su manera de actuar tan directa también ha sido criticada por no ser inclusiva y poner en riesgo a las y los activistas que no son de raza blanca a causa de la violencia policial. Por lo tanto, en este caso podría ser útil organizar formaciones en cuestiones ligadas al racismo para aumentar la conciencia del equipo sobre las dinámicas socioculturales dentro del movimiento. Aunque puede que este tipo de formación no cambie las actitudes de la noche a la mañana, puede ayudar a integrar diferentes perspectivas en los procedimientos de trabajo y normalizar la sensibilidad con respecto a las experiencias de otras personas.

En muchos países, dentro de Europa especialmente, los movimientos por el clima han alcanzado un nuevo nivel de movilización a través de iniciativas como **Fridays for future**. Establecer una red de contactos de ámbito nacional o local con organizaciones medioambientales puede ayudarte a contactar con personas activistas comprometidas con el clima, para, por ejemplo, coordinar jornadas de acción descentralizadas. El movimiento **citizen's assembly movement**



La Conferencia por el Decrecimiento de la Aviación celebrada en Barcelona en 2019 reunió a activistas de toda Europa. © Christine Tyler

puede ser un buen colaborador, que permite debatir el impacto de la aviación en detalle en un entorno bien informado y tranquilo. Estos actos, si están organizados por profesionales y cuentan con un amplio grupo de participantes, pueden resultar costosos. Aun así, se consideran útiles y pueden ser una buena forma para involucrar a un sector más amplio de la comunidad.

Busca programas de formación y talleres relevantes en su contenido y adecuados en cuanto a su presupuesto. Existen opciones de bajo coste e incluso gratuitas. Pide recomendaciones a otras organizaciones y solicita el apoyo de profesionales que puedan darte orientación sin coste a través de las plataformas digitales de profesionales como LinkedIn. Las universidades de tu zona pueden ofrecer algún curso gratuito y algunas emisoras de radio o televisión publicitan formación sobre los medios de comunicación. Tus propias redes sociales o boletines informativos pueden ser una buena forma de pedir recursos y/o personas voluntarias cualificadas que ya se han posicionado con tu causa. Muchas organizaciones no gubernamentales han desarrollado herramientas para las campañas y la difusión como Earth Defenders¹⁶, que animan a las activistas a compartir herramientas, ideas y todo aquello que funcione a través de plataformas interactivas. Otras, como Project Inside Out¹⁷ ofrecen talleres DIY (siglas en inglés de Do it yourself, hazlo tú mismo) para mejorar sus habilidades basándose en la experiencia de lo que funciona y tiene buenos resultados. El sitio web del movimiento NEON también dispone de un conjunto de herramientas¹⁸ y otros recursos formativos organizativos y para hablar en público.

LLEVA TU MENSAJE A LOS MEDIOS

Los medios de comunicación son, cada vez menos, un canal discreto de información y entrenamiento, y más un hilo de comunicación constante en nuestra vida cotidiana, sobre todo gracias a los teléfonos móviles y las redes sociales. Existen muchas formas de transmitir nuestro mensaje al público. A continuación se indican varios ejemplos:

- Webs de las organizaciones.
- Agencias de noticias locales, nacionales, regionales e internacionales.
- Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, blogs y otras).
- Publicidad de pago (Google AdWords, anuncios impresos o digitales).
- Comunicaciones directas (boletines, cartas).
- Eventos públicos, presenciales o digitales.
- Comunicados de prensa a medios y agencias.
- Presentación de gráficos en línea o físicos (vallas publicitarias).
- Entrevistas de radio o televisión.
- Videos o blogs en Youtube, Vimeo o Tiktok.
- Publicaciones: reportajes, resúmenes, folletos, mapas (físicos o digitales, como los documentos PDF).

Todo el mundo puede crear de manera sencilla contenidos para algunas de estas herramientas y difundirlas a través de listas de correo a socias o simpatizantes. Sin embargo, si quieres difundir el contenido de tu compañía a través de terceros, entonces debes pensar en cómo crear interés periodístico. Puede ser que tengas una investigación donde se aporten cifras, un estudio o un sondeo, alguien que participe que sea lo suficientemente conocido como para generar «noticia», o que tengas algún tipo de actividad que suscite interés. No solo basta con transmitir un punto de vista u opinión.

ALGUNOS CONSEJOS PARA TRABAJAR CON LOS MEDIOS

- **Piensa como un periodista**, ponte en su lugar y reflexiona sobre qué historia merecería la pena que fuera noticia. ¿Tienes algún hecho novedoso, estás dando a conocer algo diferente o vas a realizar algún acto en alguna fecha significativa?
- **Facilítale la tarea de informar sobre lo que estás haciendo**, creando una relación de confianza. Si puedes aportar información como citas, videos e imágenes en formatos adecuados para que los medios puedan optimizar su tiempo, te lo agradecerán.
- **Utiliza «chuletas»** para garantizar que el mensaje sea consistente. Asegúrate de que todo el mundo tiene a mano citas relevantes y los mensajes clave.
- **Localiza a alguien famoso** o algún influencer que apoye la causa y pídele ayuda en algún evento de campaña o acción específica.
- **Haz más hincapié en la calidad** del contenido que en la cantidad.
- **Si no puedes contactar con periodistas online, llámales**, ya que es la única forma de garantizar que te dedican el tiempo que necesitas, y más si tus plazos son ajustados.
- **Además de las plataformas digitales principales, existen muchas otras plataformas de comunicación** progresistas que pueden apoyar, y donde cada temática cuenta con sus propios medios de comunicación.
- **Siempre puedes negarte a dar una entrevista; puedes pedir que te llamen para hacer una declaración y así tener tiempo para pensar en tu discurso.** No permitas que te presionen para hablar sobre algo que no entiendes o no forma parte de tu campaña.

Utilizar las nuevas narrativas para comunicarse implica adoptar un nuevo lenguaje y tener cuidado con seguir empleando el anterior. El siguiente apartado presenta algunas sugerencias sobre la terminología, frases y palabras claves útiles para nuestras nuevas narrativas, al igual que las que se han de evitar. Se trata de sugerencias, no son reglas. Determinar el uso del lenguaje es siempre complicado, ya que depende del con-

Alcanzar a las audiencias adecuadas también puede implicar movilizarse en sitios diferentes.
© System Change, not Climate Change!

texto y las circunstancias. En algunos casos, como el de las noticias breves, lo mejor es utilizar la frase más conocida. Hemos intentado dar algunas razones para nuestras elecciones, pero tendrás que tomar tus propias decisiones para determinar cuáles se adecuan más al lugar, la situación y medios de difusión. No tengas miedo a tomar la iniciativa y experimentar en los diferentes ámbitos donde se encuentre.

PASAR A LA ACCIÓN

Desarrollar una campaña va mucho más allá de hacerse una foto o publicar información un día relevante para tu público. Las campañas deben ser diseñadas como **parte de una estrategia planificada** que contribuya a aumentar el interés, ampliar las redes, difundir los mensajes, llegar a nuevas audiencias e iniciar debates en torno a la reducción del tráfico aéreo en lugares inesperados. El cambio de normas debe implicar la inclusión de nuevas personas dentro de su esfera de influencia. Sigue las nuevas narrativas, pero no dudes en desarrollar tu propio plan de campaña. Encuentra tus propias historias y dales vida a través de portavoces y metáforas brillantes. Por ejemplo, si está luchando contra la ampliación de un aeropuerto, trabaja con la gente de la zona para contar sus testimonios sobre la contaminación y el daño que está ocasionando a sus hogares y sus familias empleando la narrativa Un destino común; pide a las compañías aéreas que abandonen La codicia de la aviación mostrándoles con gráficos lo que el dinero pagado a la industria de la aviación podría conseguir si se gastara en beneficio de todas; la narrativa Verde significa en tierra puede emplearse para hablar sobre la reducción del tráfico aéreo y crear mejores sistemas de movilidad, mostrar ejemplos reales sobre la mejora de la vida sin las ampliaciones de los aeropuertos y conseguir que algunos colaboradores famosos se incorporen pronto para inspirar a los seguidores.

El momento puede resultar clave: es mucho más difícil estimular el interés del tema elegido si la atención de los medios de comunicación se centra en otra noticia. A veces se puede vincular la campaña con el tema candente del día haciendo alguna declaración a medios de comunicación locales, utilizando los hashtags y debatiendo en línea a través de los blogs y las redes sociales. Si no, prepara campañas más atemporales que puedan lanzarse en otro momento más tranquilo con titulares y fotos impactantes. Averigua los días clave y apúntalos en tu calendario: pueden ser decisiones del gobierno local, nuevas publicaciones, acciones o eventos compartidos que ofrezcan oportunidades para utilizar las nuevas narrativas. Por ejemplo, entérate qué época del año es la de mayor tráfico aéreo en su zona y prepara un proyecto sobre cómo viajar mejor. Busca a pasajeros de tren o autobús y da vida a sus historias a través de cortometrajes, blogs e imágenes.

PRUEBA TU MENSAJE UNA Y OTRA VEZ

No confíes del todo cuando la gente de tu organización dice que el mensaje de la campaña es bueno; están en la misma burbuja que tú y seguramente os parezca que todo está muy bien. Recurre a personas cercanas fuera de la organización y pide que juzguen vuestro trabajo. Pídele a la gente que represente el público al que quiere llegar.

Puedes hacerlo en persona en tu localidad, hablando con la gente en la calle de manera planificada. Realizar preguntas abiertas (preguntas que impliquen más que un sí o no) es útil para recopilar información. Pídele a aquella gente de tu organización o de tu red de apoyo que se sienten cómodas en el trabajo cara a cara, que hablen con la gente de manera relajada e informal.

Las redes sociales son interesantes para comprobar la eficacia de los mensajes. Facebook ads permite la segmentación por intereses o palabras clave, además de por algunos criterios demográficos habituales. Los foros y los grupos también son una buena forma de comprobar las respuestas y, a veces, de encontrar personas colaboradoras. Busca grupos numerosos y activos en los que tu mensaje sea de interés en cada una de las nuevas áreas narrativas. Por ejemplo, hay grupos de justicia social en Facebook, grupos de transporte sostenible, grupos de medio ambiente y grupos de campañas de acción local que podrían coincidir con tus intereses. Puedes probar a publicar diferentes mensajes utilizando cada una de las nuevas narrativas para ver cuál es la más atractiva para cada grupo. ¿Entienden lo que dice? ¿Leyeron o vieron el vídeo hasta el final? ¿Compartieron su trabajo o se lo contaron a alguien más? ¿Recuerdan algo después? En base a las reacciones obtenidas, cambia tu enfoque, no te sientas ofendido o decepcionado.

Utiliza herramientas de análisis (Google Analytics, Facebook/Instagram Analytics, etc.) para realizar un seguimiento de las visitas, las opiniones y los niveles de participación de tus mensajes. Las encuestas en línea también son una buena forma de obtener comentarios sobre las comunicaciones para saber quiénes escuchan y qué oyen. Pueden suscribirse a tu lista de correo si tienes un boletín de noticias, o durante los eventos en línea si eres tú quien los gestiona; son respuestas instantáneas a preguntas sencillas.

Utiliza los datos recogidos como comentarios para perfeccionar tus mensajes, ajustar el lenguaje y las imágenes, el tono y el estilo. La teoría es útil para guiar el trabajo, pero solo sabrás lo que funciona con un público determinado al probarlo.

FRASES Y TÉRMINOS QUE PUEDEN AYUDARTE A DAR MÁS FUERZA A TU MENSAJE:

EXPRESIONES CONVENCIONALES	MENSAJES MÁS POTENTES	¿POR QUÉ?
Viajes en avión	Tráfico aéreo	Es un recordatorio sobre las consecuencias negativas del tráfico; evoca imágenes de cantidades de aviones en el cielo y el ruido de los motores
Combustible para aviones	Combustibles contaminantes, combustibles nocivos	Recuerdan a la gente los impactos de los combustibles fósiles y la necesidad de alejarse de ellos
Emisiones de la aviación	Gases tóxicos, gases sucios	Relacionan el impacto con las personas y la naturaleza, muestra que las emisiones no solo aumentan el calentamiento del clima, sino que también provoca otros efectos
Expansión/crecimiento de la aviación	Más pistas, más tráfico aéreo y más contaminación	Indican y dejan claro el impacto sobre las personas, los medios de vida y la naturaleza.
Vuelos neutros en carbono	El lavado verde de la aviación y los vuelos	Demuestra que los vuelos respetuosos con el clima no existen y pone de manifiesto las falsas promesas de la industria.
Los efectos a futuro del cambio climático	La realidad de la crisis climática de hoy; el inminente colapso climático; las pérdidas y los daños que se están produciendo en este momento	Hablar de la inmediatez del tiempo deja más clara la realidad de los impactos y hace que la crisis se perciba de manera más tangible
Millas aéreas/Kilómetros aéreos	Programas de gratificación por la destrucción del clima; programas de contaminación piramidal	Recuerdan a la gente que estos proyectos generan perjuicios
Viajes económicos, aerolíneas de bajo coste	Costes externos de los viajes; económico para usted, caro para el planeta	Un recordatorio de las pérdidas y los daños reales causados por la aviación y la destrucción del clima; los vuelos baratos implican que alguien más paga el precio
Pasajero frecuente	Viajero frívolo, viajero excesivo	Eliminar el glamur de la élite y replantearlo como algo más perjudicial
Toda la gente que vuela	La minoría de personas que toman un vuelo	Recuerde a su audiencia que solo vuela una minoría
Combustibles alternativos / Combustible sostenible de aviación (SAF)	Sustitutos del combustible de aviación; agrocombustibles; combustibles hechos con cultivos alimentarios; combustible en lugar de alimento (cuando hablemos de agrocombustibles)	Eliminar el marco positivo de «alternativa» y mostrar que los sustitutos del queroseno no son sostenibles; señalar que los agrocombustibles pueden competir con la producción de alimentos. Es importante recalcar que ningún combustible es sostenible.
Democratizar los vuelos	Expansión de la industria de la aviación impulsada por las ganancias	Recalca el motivo real que hay detrás del aumento del número de vuelos
Descarbonizar la aviación	Reducir el tráfico aéreo	La descarbonización a través de la tecnología no será posible hasta pasadas unas décadas, mejor hablemos sobre lo que es realista
Turismo	Turismo de masas	La dependencia del turismo es una forma insostenible de «desarrollo»
Libre de impuestos	Exento de impuestos; privilegios fiscales; costes subvencionados por los contribuyentes	«Libre» da un enfoque positivo a algo que puede ser un problema
Cambio climático Calentamiento global	Crisis climática; calentamiento global; (inminente) colapso climático; destrucción de nuestros medios de subsistencia	El «cambio» y el «calor» marcan un entorno positivo para algo que son grandes problemas

CÓMO SACAR EL MEJOR PARTIDO A LAS IMÁGENES

Las imágenes son de suma importancia. Lo ideal es utilizar nuestras propias imágenes, ya sean fotografías, videos o infografías. Cuando no es posible, podemos **recurrir a webs que ofrecen recursos de código abierto¹⁹ para encontrar imágenes llamativas**. No utilices imágenes sin permiso y asegúrate de que las referencias y los créditos²⁰ son correctas. También hay numerosos sitios de pago; a veces merece la pena pagar por una buena imagen ... Al fin y al cabo, las profesionales de la fotografía tienen que ganarse la vida.

Recuerda que la imagen, además de precisa, ha de ser impactante. Una imagen difícil de visualizar o demasiado oscura de un sitio web apropiado no es tan eficaz como la de un sitio web similar (etiquetada con precisión) que resulte impresionante y llame la atención. **Las imágenes son más fáciles de recordar que el texto** e incluso cobran más importancia para la gente, ya que leemos la información en pequeños dispositivos como los teléfonos o las tabletas

Algunos ejemplos de imágenes efectivas: una fotografía de una manifestación multitudinaria liderada por una persona (o varias) que simboliza las emociones y todo el apoyo de las personas que le siguen. Pero **ten cuidado de no utilizar demasiadas imágenes de manifestaciones y de los «típicos activistas» porque podrías estar excluyendo a muchas otras personas**. En su lugar, puedes utilizar imágenes de lugares cercanos en las que se retraten los impactos de la crisis climática o de soluciones positivas a ella.²¹ Si se está haciendo campaña contra un proyecto de construcción de un aero-

puerto, puede funcionar bien una imagen del lugar en la que se aprecie la destrucción que las obras están causando, o una con la naturaleza intacta o de una comunidad que puede ser destruida.

Evita utilizar imágenes de aviones en el aire ya que precisamente son las que emplea la industria para promocionar los vuelos sostenibles y frecuentes. Si tu campaña se centra en el futuro de la movilidad y el transporte, intenta emplear imágenes que ilustren la idea que se tiene de ese futuro: trenes, tranvías, autobuses, opciones de slow travel u otras formas de movilidad colectiva. **Si no puedes evitar emplear imágenes de aviones, asegúrate de que, al menos, están en tierra, o que el morro se muestra hacia la izquierda y/o hacia abajo**. Las imágenes de aviones despegando son muy comunes y se usan para simbolizar el progreso y la esperanza; esto es algo que debemos evitar. En la cultura occidental, el concepto de «arriba» se asocia con algo bueno y «abajo» con elementos negativos.²²

Ten especial cuidado a la hora de insertar el texto en las imágenes, ya que ha de ser perfectamente legible; si quieres que alguien lea bien el encabezado sin tener que ampliarlo, comprueba antes en tu teléfono que tiene el tamaño adecuado. Asegúrate también de que las imágenes contengan colores y tipos de letras que puedan ser leídos por personas con problemas de lectura u otros problemas tales como la dislexia. Una imagen potente perdurará en el tiempo y será fácil de transmitir.

Un grupo de activistas forma una línea roja contra el crecimiento del tráfico aéreo en el aeropuerto de Viena.





FUENTES

Nota al pie en la página 72: Center for Community Change (2017): Messaging This Moment: A Handbook for Progressive Communicators.
¹ Daniel Kahneman (2013): Thinking, Fast and Slow
² Center for Story-Based Strategy: storybasedstrategy.org
³ Haidt (2012): The Righteous Mind: Why Good People are Divided by Politics and Religion. See also: moralfoundations.org
⁴ Schwartz (2012): An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. Online Readings in Psychology and Culture.
⁵ Common Cause Foundation (2010): Common Cause: The Case for Working with our Cultural Value.
⁶ Boyd & Mitchell (2012): Beautiful Trouble: A Toolbox For

Revolution.
⁷ Campaign Strategy: campaignstrategy.org
⁸ Kasser (2016): Materialistic Values and Goals.
⁹ Common Cause Foundation: commoncausefoundation.org
¹⁰ Westlake (2019): Climate change: yes, your individual action does make a difference. bit.ly/WestlBeSy
¹¹ Attari et al. (2019): Climate change communicators' carbon footprints affect their audience's policy support
¹² Jordan et al. (2017): Why Do We Hate Hypocrites? Evidence for a Theory of False Signaling.
¹³ Sparkman (2021): Moderating spillover: Focusing on personal sustainable behavior rarely hinders and can boost climate policy support.

¹⁴ Steinberger (2018): Actions Against Climate Break-down (Part 3: I is for Individual). bit.ly/Steinblndiv
¹⁵ Common Cause Foundation (2015): Common Cause Communication: A Toolkit for Charities.
¹⁶ earthdefenderstoolkit.com/toolkit
¹⁷ projectinsideout.net/tools
¹⁸ neweconomyorganisers.org/resources/
¹⁹ wordpress.org/openverse
²⁰ Creative Commons: How to give attribution. bit.ly/CCAttribute
²¹ Climate Visuals: climatevisuals.org/evidence
²² Chae & Hoegg (2013): The Future Looks «Right»: Effects of the Horizontal Location of Advertising Images on Product Attitude. bit.ly/FutureRight

OBSERVACIONES FINALES

Hemos llegado al final. Este tren, digo ..., esta guía termina aquí. Pero, aunque haya concluido, ahora comienza el inicio de este viaje hacia la construcción de nuevos marcos. Hasta aquí, hemos hablado de por qué es necesario reconceptualizar la aviación y el momento de hacerlo; hemos marcado el rumbo hacia el que podría llevarnos este camino y hemos explicado cómo se puede llevar a la práctica este nuevo enfoque a través de las redes de las que formas parte. Ahora dispones de las herramientas para embarcarte en tu propio viaje; uno en el que desafiarás las narrativas dominantes, construirás relaciones colaborativas con activistas de ideas similares y, de alguna manera, sentarás las bases para obtener un mejor sistema de movilidad y una nueva economía.

Así que aquí estamos, preparados para evolucionar. El tren del cambio nos está esperando y los asientos se están llenando. La gente habla y se ríe, el ambiente está cargado de posibilidades. A medida que salimos de la estación y tomamos impulso, el paisaje cambiante a través de la ventana ofrece visiones de futuros diferentes y mundos alternativos aún por venir. Tus compañeras y compañeros de viaje también pueden verlos. Aunque tengan objetivos diferentes, todo el mundo va en la misma dirección. El verdadero trabajo aún no ha comenzado, pero cuenta con las herramientas necesarias para hacer realidad esos nuevos mundos, esos prometedores futuros.

FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Esta guía tan solo cubre una pequeña parte muy específica de la comunicación para el cambio social y la justicia climática. Visita las siguientes webs para tener acceso a más recursos sobre comunicación con impacto, diseño de campañas exitosas y otras herramientas.

Beautiful Trouble: beautifultrouble.org/
Center for Story-based Strategy: storybasedstrategy.org/
Climate Visuals: climatevisuals.org
Digital Charity Lab: digitalcharitylab.org/
Earth Defenders Toolkit: earthdefenderstoolkit.com/
Framing Climate Justice: framingclimatejustice.org

MobLab: mobilisationlab.org/
NEON – New Economy Organisers Network: neweconomyorganisers.org/
New Economics Foundation: neweconomics.org/
PIRC. Public Interest Research Centre: publicinterest.org.uk/
Project Inside Out: projectinsideout.net/
Rapid Transition Alliance: rapidtransition.org/
Seeds for Change: seedsforchange.org.uk/
The Commons. Social Change Library: commonslibrary.org/
Training for Change: trainingforchange.org/
350.org – Resources: 350.org/resources/

AGRADECIMIENTOS

Queremos dar las gracias a todas las personas activistas, líderes de campañas, investigadoras o que de cualquier otra forma mediante su trabajo han contribuido directa o indirectamente a la elaboración de este documento. Nuestro agradecimiento más sincero va dirigido a los miembros y socios de Stay Grounded, así como al equipo de Stay Grounded y de «Las tortugas», su grupo de asesoramiento, que dedicaron su tiempo y esfuerzos a trabajar en las primeras versiones de esta guía. Un enorme «gracias» a las personas que elaboraron los reportajes que acompañan las nuevas narrativas del

capítulo 4, especialmente a Jonas Asal de Robin Wood; Ines Franceschelli y Ángel Tunitetti de Heñói; Pablo Muñoz Nieto de Ecologistas en Acción; y Sandeep Shinde del Grupo de Trabajo contra la Ampliación del Aeropuerto de Karad.
Esta guía no habría sido una realidad sin las valiosas aportaciones y apoyo de todas estas personas y muchas otras tanto de nuestra comunidad como de todo el planeta.

Muchas gracias.



Esta guía ha sido elaborada conjuntamente por Stay Grounded y el New Weather Institute.

Coordinación: **Samie Blasingame**
Redacción: **Manuel Grebenjak**
Autoría: **Manuel Grebenjak, Samie Blasingame, Andrew Simms, Freddie Daley, Nicky Saunter**
Traducción, adaptación y revisión: **Ana Belén García Nevado** (traducción) y **Pablo Muñoz Nieto** (adaptación y revisión)
Ilustraciones: **Monika Pufflerová**
Diseño: **Monika Pufflerová, Katharina Lutzky, Alexander Neubauer**

Print: **Druckerei Robitschek, Viena (Austria)**
Impreso en papel reciclado certificado FSC 100 %.

Fecha de publicación: **mayo de 2022**

Stay Grounded agradece cualquier donación como apoyo a la elaboración de esta guía. Para solicitudes de copias impresas de esta guía: office@kollektiv-periskop.org (Por favor, ten en cuenta que Stay Grounded no puede asumir el coste del envío).

Consulta la versión electrónica aquí: reframeaviation.stay-grounded.org
Descarga el PDF en: stay-grounded.org/guide-common-destination

Además de en castellano, esta guía está disponible en los siguientes idiomas:
Francés (Résistance Climatique)
Alemán (Robin Wood)
Inglés (idioma original – Stay Grounded)



Este material (a excepción de las imágenes marcadas con ©) tiene una licencia Creative Commons «Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International» (CC-BY-NC-SA 4.0). Para ver las condiciones de la licencia, visite <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode>. Un resumen (no sustitutivo de la licencia completa) está disponible en <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Publicada por:
Stay Grounded / Kollektiv Periskop
c/o GLOBAL 2000
Neustiftgasse 36
1070 Vienna, Austria

Contacto: info@stay-grounded.org

Cuenta bancaria para donaciones:
Periskop – Kollektiv
IBAN: AT49 1420 0200 1098 0039
BIC: EASYATW1
Banco: Easy Bank
Concepto: **Stay Grounded Donation**
Para donaciones desde fuera de Europa consultar:
stay-grounded.org/donate

El trabajo de Stay Grounded y la publicación de esta guía han sido posibles gracias al generoso apoyo financiero de:





Destino Común: una guía para reenmarcar la aviación y asegurar un aterrizaje seguro que siente las bases hacia un planeta más justo.

La industria de la aviación ha gastado miles de millones durante décadas para dar una imagen positiva de sí misma. Resulta fácil, por tanto, que la opinión pública caiga en la trampa de debatir el futuro de este sector usando sus propios y manipuladores términos.

Esta guía tiene como objetivo escapar de esta trampa y proporcionar herramientas que ayuden a arrojar luz sobre la realidad de la industria de la aviación: la desigualdad del transporte aéreo entre países y dentro de ellos; las vidas y medios de subsistencia destruidos a causa del crecimiento del sector y los programas de compensación de emisiones; los esfuerzos de lavado verde de un sector en declive que quiere mantener sus privilegios; y –lo más importante– lo que podemos ganar construyendo sistemas económicos y de movilidad más justos y respetuosos con el clima en todo el mundo.

Un mundo mejor es posible y existen alternativas al transporte aéreo, a las formas de vida insostenibles y al fallido sistema económico actual.

**STAY
GROUNDED**

