

Ya ha desaparecido la primera isla por el cambio climático MIL MILLONES DE PERSONAS APAGARON SUS LUCES DURANTE UNA HORA PARA PEDIR SOLUCIONES EFECTIVAS FRENTE AL CALENTAMIENTO GLOBAL

Ciudadanos, Gobiernos y empresas se sumaron al lema de "Apaga la luz, enciende el planeta".



Málaga, 29/3/2010, (Ecoestrategia).- Mil millones de personas en más de 4.000 ciudades de 126 países del mundo se sumaron el pasado fin de semana, concretamente el sábado 27, a la campaña "La hora del planeta", apagando la luz eléctrica entre las 20:30 y las 21:30 horas para pedir a los líderes mundiales soluciones efectivas frente a la amenaza del cambio climático, es decir, el aumento de la temperatura terrestre ocasionado principalmente por el uso de combustibles fósiles (petróleo y carbón).

Esta iniciativa coordinada por el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) fue seguida en España por seis millones de ciudadanos, más del 10% de la población, coincidiendo con el anuncio de las autoridades oceanográficas de la India de la desaparición por su hundimiento de la isla de New Moore, en la región fluvial de Sunderbans, al sur de Calcuta.

Este islote rocoso de dos metros de altura sobre el nivel del mar, quedó sepultado bajo las aguas de la Bahía de Bengala. Los expertos de la Escuela de Oceanografía de la Universidad de Jadavpur atribuyeron el fenómeno al cambio climático, responsable del aumento de la temperatura y de la erosión que amenaza la supervivencia de muchas otras pequeñas islas, como las Maldivas.

Según el director general del WWF, Omar Vidal, el objetivo principal de esta iniciativa era crear conciencia y mostrar preocupación ante el calentamiento global, que es un tema que compete a todo el mundo. Para ello se apagó durante una hora el suministro de la energía eléctrica, en casas, oficinas y edificios.

"Se busca que en la próxima Cumbre de Cambio Climático (a realizarse en el mes de noviembre), en Cancún, en el estado mexicano de Quintana Roo, al este de México, con la participación de los máximos líderes del mundo, llegue el mensaje y que se tomen medidas urgentes para enfrentar el problema", señaló Vidal.

El lema de WWF "Apaga la luz, enciende el Planeta", no sólo atrajo a los ciudadanos del mundo, si no que también empresas y gobiernos locales y nacionales de todo el orbe se sumaron al apagón simbólico del cambio climático.

Para Juan Carlos del Olmo, Secretario General de WWF España, "Nunca antes en la historia una ONG había movilizado a tantas personas a la vez en el mundo, clamando al unísono para que se tomen medidas urgentes y eficaces contra el cambio climático. Un mensaje que los políticos no pueden desoír".

Un faro de esperanza



Según el secretario general de la Organización de Naciones Unidas (ONU), Ban Ki-moon, "La Hora del Planeta es una advertencia pero también un faro de esperanza ante el cambio climático que afecta a la Tierra".

Las sedes de Naciones Unidas en Nueva York, Nairobi y otros lugares del mundo apagaron sus luces durante "La Hora del Planeta", para mostrar su compromiso con la búsqueda de soluciones al cambio climático, según informó el Programa de la ONU para el Medio Ambiente (PNUMA), con sede en la capital de Kenia.

La agencia ambiental de la ONU no dudó en sumarse a esta campaña, afirmando que al apagar las luces no esenciales durante una hora, la gente participa en “un ejemplo simbólico que puede inspirar el cambio que tan urgentemente necesitamos”.

De norte a sur y de este a oeste, las luces de la Tierra se fueron apagando desde las Islas Chatman (Nueva Zelanda) hasta las Islas Cook. En México, para citar un caso, el WWF logró una alianza con la Fundación del empresario Carlos Slim (uno de los hombres más ricos del mundo) que se sumó a la iniciativa, así como decenas de empresas, hoteles y varios estados del país como el estado de México, Puebla, Querétaro, Jalisco, Nuevo León, San Luis Potosí, Michoacán, Yucatán y la Ciudad de México.

En México se apagaron monumentos muy importantes que llamaron la atención de los habitantes locales y los visitantes, como las Pirámides de Chichén Itzá, el Ángel de la Independencia, la estatua de Diana Cazadora, el Parque Fundidora y el Acueducto de Morelia, entre otros.

Otras grandes edificaciones del mundo que se oscurecieron para llamar la atención sobre el cambio climático fueron la Alhambra de Granada; La gigantesca mezquita de Sheik Zayed (con cabida para 40.000 fieles), en Abu Dabi; El Puente del Bósforo, en Estambul, que une Asia con Europa; la catedral de la Sagrada Familia de Barcelona; la Ciudad Prohibida de Pekín; la basílica de San Pedro en el Vaticano; el estadio Santiago Bernabéu de Madrid; la Ópera de Sydney; las Pirámides de Giza en Egipto; la ciudadela del Machu Pichu en Perú, el puente Golden Gate de San Francisco, la Torre Eiffel de París; el Empire State Building de Nueva York y la catedral de Santiago de Compostela.

Apoyos de diversa índole



El apoyo a la campaña de “La Hora del Planeta” fue masivo y multidisciplinario. En España, por ejemplo, los dos grandes partidos políticos: el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y el Partido Popular (PP) apartaron sus diferencias ideológicas durante una hora y apoyaron decididamente esta iniciativa ecológica.

A este respecto, la vicesecretaria de Formación del PP en la Región de Murcia, Teresa Moreno, advirtió que “el cambio climático puede provocar graves problemas medioambientales en la Región como la contaminación del aire o los incendios forestales, o intensificar otros que ya padecemos como la escasez de agua y la desertificación”.

Por otra parte, las tiendas de muebles de la multinacional sueca Ikea de todo el mundo apagaron las luces exteriores de sus establecimientos y atenuaron la iluminación interior durante “La Hora del Planeta” para luchar contra el cambio climático, asimismo regalaron velas con folletos explicativos sobre el tema e hicieron descuentos en las bombillas de bajo consumo.

Igualmente apagaron sus anuncios luminosos durante esta hora contra el cambio climático la cadena de restaurantes Vips de España, los hoteles Hilton, NH y AC, los bancos BBVA, Bankinter y Unicaja, las tiendas de El Corte Inglés, la aseguradora Mapfre, y las universidades Complutense de Madrid, de Salamanca, Santiago y UMA de Málaga.

Otro apoyo muy mediático fue el del oscarizado director de cine manchego Pedro Almodóvar, quien colgó un vídeo en youtube animando “de todo corazón” a sumarse a esta campaña para hacer frente al cambio climático. Incluso la estrella de los dibujos animados, Pocoyó, apadrinó esta iniciativa con el fin de acercar a los pequeños al tema del calentamiento del planeta; mientras que el buscador Google realizó una cobertura especial del evento.

Finalmente, el Instituto Cervantes (el más importante centro de enseñanza de español en el mundo) apagó las luces de las fachadas de su sede central y de sus 70 centros repartidos por 42 países de todo el mundo



ECOESTRATEGIA.COM
Foro económico y ambiental

para unirse a "La Hora del Planeta". Además, el instituto está elaborando un plan de actuaciones concretas con el objetivo de ahorrar energía y contribuir a la disminución de emisiones de CO₂, entre las que se encuentran la reducción del tiempo de alumbrado de fachadas, la sustitución de bombillas convencionales por lámparas de bajo consumo así como la instalación de equipos de climatización más eficientes.

El Secretario General de Naciones Unidas, no ha dudado en asegurar que el cambio climático es "una de las mayores amenazas al desarrollo sostenible e incluso a la supervivencia de la especie humana", calificándolo al mismo tiempo como "el desafío que definirá nuestra era".

Toda la información en: www.wwf.es/horadelplaneta