

Hashtag: **#NOSOMOSASI**

Ingeniería Sin Fronteras – Mugarik Gabeko Ingeniaritza se desmarca por completo de la campaña ‘Somos Así’

ISF-MGI denuncia que la II edición de la campaña ‘Somos Así’ (www.somosasi.org) cuenta de nuevo con el patrocinio de empresas que han generado y generan graves impactos sociales y medioambientales en varios países en su mayoría en vías de desarrollo.

Ingeniería Sin Fronteras País Vasco – Euskal Herriko Mugarik Gabeko Ingeniaritza denuncia que la segunda edición de la campaña ‘Somos Así’ (www.somosasi.org) cuenta de nuevo con el patrocinio de empresas que han generado y generan graves impactos sociales y medioambientales en varios países en su mayoría en vías de desarrollo.

Se lamenta que entre los patrocinadores de la campaña, recientemente impulsada por la Asociación Española de Fundraising y firmada por 35 ONG del estado español, estén empresas y bancos que desde el sector de la cooperación son denunciados continuamente por los impactos sociales y ambientales negativos o las violaciones de Derechos Humanos que causan en los países del Sur.

Más si cabe cuando acabamos de sufrir una de las peores tragedias industriales en Bangladesh, que ha mostrado la vergonzosa política de producción y distribución de las multinacionales del textil. Ante la presión por esta noticia estas empresas se han sumado a firmar el programa para la mejora de la seguridad en Bangladesh. ¿Cuántas personas más deben morir para que sean totalmente responsables en su modelo de producción?

A estas alturas, desde ISF-MGI entendemos que este patrocinio es más una incoherencia asumida por muchas organizaciones que falta de información. En todo caso, se sugiere a la Asociación Española de Fundraising y a las entidades participantes:

- Consultar, si todavía no lo han hecho, los informes y denuncias que recaen en estas empresas y en los que se refleja hasta qué punto el **Banco Santander, BBVA, Coca Cola, Telefónica y Vodafone, El Corte Inglés y C&A** en particular anti-cooperan.
- No apoyar en adelante campañas que contribuyan a distorsionar la realidad de la labor de estas empresas o que puedan mejorar la imagen que las mismas generan o venden de cara a la sociedad, ya que, de éste modo, contribuyen a la desigualdad, la vulneración de los derechos humanos y la destrucción del medio ambiente.

El trabajo de muchas organizaciones y movimientos sociales, consiste en luchar y sensibilizar sobre las causas de la pobreza. Es esencial que la población conozca la raíz de las problemáticas sociales y el papel que estas empresas tienen en el desarrollo de los países del "Sur" y en el modelo de consumo que nos ha llevado a la crisis en los países del "Norte".

Cuestionamos así un modelo global que genera injusticia social y vulnera los derechos humanos más elementales.

Para más información consultar las siguientes fuentes:

Campaña Ropa Limpia:

- [Información sobre Inditex](#)
- [Informe “Tejanos mortales”](#)
- [Informe “Moda española en Tánger”](#)
- [Guía “Moda: Industria y derechos laborales”](#)
- [Acuerdo histórico: 31 Marcas han firmado el programa de la mejora de la seguridad en Bangladesh](#)

Campaña Banca Limpia

- [Informe “Negocios sucios. Bancos españoles que financian armas”.](#)

Campaña Banca Armada

- [Informe “La banca armada. Inversiones explosivas de bancos y armas”.](#)

Campaña BBVA Sin Armas

Campaña Banco Santander Sin Armas

Campaña Tras la Marca

Abengoa en las Guerras del agua de Bolivia:

http://www.odg.cat/es/inicio/enprofunditat/plantilla_1.php?identif=563

http://www.odg.cat/documents/enprofunditat/Transnacionals_espanyoles/Guerrasagua_Bolivia.pdf

Coca Cola:

<http://omal.info/spip.php?article843>