

## GISWatch 2012

### El poder de la sociedad conectada para exigir transparencia y responsabilidad social a la banca española

#### El caso de la Campaña Banca Limpia de SETEM

Anna Fernàndez [afernandez@setem.org](mailto:afernandez@setem.org)

Marta Solano [msolano@setem.org](mailto:msolano@setem.org)

SETEM [setem.org](http://setem.org)

#### Introducción

Los bancos españoles pueden invertir en cualquier negocio y aplicar el nivel de transparencia que quieran con la ciudadanía. No hay normativas de obligado cumplimiento que regulen la transparencia y las inversiones de los bancos. Las entidades bancarias pueden elaborar una política propia de responsabilidad social y transparencia o aplicar de forma voluntaria algunas normas, códigos de conducta o iniciativas existentes en el sector financiero internacional<sup>1</sup>. Así, el problema es que los códigos éticos son totalmente voluntarios y hasta la legalidad empara muchas actividades que resultan poco éticas. Además, aunque haya bancos que estén suscritos a códigos internacionales, después no tienen por qué cumplir estos principios. Este desequilibrio legal es conocido como “soft law”, es decir el carácter voluntario y autorregulado de cumplimiento de los derechos humanos y resoluciones internacionales, cuyo incumplimiento no es penalizado.

Por poner un ejemplo, el banco español Caixabank –antes La Caixa- recoge en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2010 una normativa interna relativa a la financiación y el sector armamentístico donde textualmente se dice: “La Caixa, de acuerdo con su Código de Valores Éticos y de Principios de Actuación, no participará en operaciones de financiación o exportación de material bélico de uso militar. Asimismo, la Entidad excluye cualquier tipo de relación comercial con empresas relacionadas con la producción o comercialización de minas antipersona y/o bombas de fragmentación”. A pesar de tener esta normativa interna, Caixabank ocupa el cuarto lugar en el ranking del banco más implicado en el negocio de las armas del Estado español, después del BBVA, Banco Santander y Bankia, según el reciente informe 'Inversiones que son la bomba' de SETEM<sup>2</sup>.

Cada día los bancos utilizan nuestro dinero para financiar e invertir en empresas que fabrican armas usadas en conflictos de todo el mundo. Un caso denunciado recientemente es el de las bombas de racimo MAT-120 fabricadas por la empresa española Instalaza en 2007 y utilizadas por Gadafi para bombardear Misrata en Libia, que fueron financiadas por al menos ocho bancos españoles: Cajalón, Caja España, Caja Mediterráneo, Bankinter, Ibercaja, Banco Popular, Banc Sabadell y La Caixa. Este es el punto de partida de la **Campaña Banca Limpia** de SETEM que alza la voz para decir que la ciudadanía “Somos clientes, no cómplices” y denuncia las inversiones de los principales bancos españoles en la industria del armamento y ofrece alternativas de

---

<sup>1</sup> Más información en el informe ‘Close the Gap’ (2010) de la red Banktrack de la que forma parte SETEM: [http://www.banktrack.org/download/close\\_the\\_gap/close\\_the%20gap.pdf](http://www.banktrack.org/download/close_the_gap/close_the%20gap.pdf)

<sup>2</sup> [http://www.setem.org/media/pdfs/Informe\\_inversiones\\_explosivas3.pdf](http://www.setem.org/media/pdfs/Informe_inversiones_explosivas3.pdf)

actuación.

La campaña se articula alrededor de dos informes realizados por el Centro de Investigación Profundo para SETEM: *Negocios Sucios. Bancos españoles que financian armas controvertidas*<sup>3</sup> y *Inversiones que son la bomba. Negocios de la banca con las empresas de armas españolas*<sup>4</sup> -ambos publicados únicamente en formato digital- en los que se analiza la relación financiera y económica de los bancos españoles con 19 de las principales empresas fabricantes de armas controvertidas y prohibidas que causan cientos de miles de muertes de civiles en todo el mundo. Entre estas armas hay armamento nuclear, de uranio empobrecido y armas prohibidas como las armas químicas, biológicas, las bombas de racimo y las minas antipersona. Del informe se destaca que el BBVA, el Banco Santander y BANKIA son los tres bancos españoles con más actividad en financiación de compañías productoras de armas controvertidas.

### **Bancalimpia.com**

La campaña se lanza a partir de la página web interactiva <http://www.bancalimpia.com>, en la que el usuario puede ver de forma muy clara y sencilla en qué negocios sucios está invirtiendo su banco con su dinero, leer los informes y ciberactuar: enviar un e-mail al banco, compartir la iniciativa en las redes sociales o contribuir económicamente con la campaña.

Durante un año, bancalimpia.com ha recibido más de 100.000 visitas, los propios usuarios han enviado más de 8.000 e-mails a sus bancos para mostrar la negativa que se use su dinero para invertirlo en armamento. Se han realizado diversos vídeos y acciones en redes sociales con un objetivo claro de viralidad y participación: son los propios usuarios los que comparten la iniciativa entre sus contactos y hacen que la campaña se extienda a través de la red.

La campaña ha conseguido algunos pequeños logros: CatalunyaCaixa ha vendido su participación en BAE Systems, productora de armas nucleares y BBK ha hecho lo mismo con su participación en Thales. Banco Popular, Bankinter y el Santander también se han puesto en contacto con la campaña.

La campaña fue nominada como una de las 10 mejores webs de campañas de activismo social a nivel mundial por los BOB Awards<sup>5</sup>, que premian a los proyectos que pongan especial hincapié en el derecho a la libertad de expresión y que impulsen el debate abierto en internet. Se destacó la actualización constante, el mensaje claro y fácil de entender, y el hecho de que algunos bancos hayan empezado a reaccionar ante la denuncia de la sociedad.

Estas buenas noticias contrastan con el silencio mediático al que la campaña se ha visto sometido por los grandes medios de comunicación y los propios bancos implicados. Nos hemos encontrado con bloqueos comunicativos y falta de transparencia en la denuncia de las inversiones de banca convencional. Algunos ejemplos de ello son la interrupción del streaming de la Junta de accionistas del Banco Santander justamente cuando un miembro de la campaña intervenía y las dificultades para que los grandes medios de comunicación se hicieran eco de los informes y la campaña. De hecho, la campaña Banca Limpia es uno de los grandes silencios mediáticos del 2011 recogido

---

<sup>3</sup> Se puede descargar íntegro en: <http://www.bancalimpia.com/pdf/negocios-sucios.pdf>

<sup>4</sup> Se puede descargar íntegro en: ([http://www.setem.org/media/pdfs/Informe\\_inversiones\\_explosivas.pdf](http://www.setem.org/media/pdfs/Informe_inversiones_explosivas.pdf)).

<sup>5</sup> <http://thebobs.com/espanol/category/2012/best-social-activism-campaign-2012/>

por el Anuario Media.cat 2011<sup>6</sup>, que considera que el contenido del informe Negocios Sucios se merecía una mejor cobertura mediática.

El Anuario recoge que en mayo de 2011 las ediciones digitales de los periódicos españoles ABC, El Mundo, Qué, La Vanguardia y ADN se hicieron eco de estos datos. También el diario Gara, de referencia en el País Vasco, mencionó esta conexión entre las bombas de racimo y los bancos españoles.

También un programa de radio de RTVE, Hora América, dio la oportunidad de explicar el informe a los portavoces de SETEM.

La conclusión que se desprende de este caso, según el Anuario, es que los medios digitales o las secciones digitales de medios masivos están mucho más abiertos a dar cobertura a casos de denuncia y vulneraciones de derechos, mientras que las ediciones en papel de medios masivos se resisten a publicar este tipo de informaciones.

### **¿Transparencia?**

A raíz del trabajo de la campaña Banca Limpia, vemos como la banca convencional no se caracteriza precisamente por su transparencia. Nos hemos encontrado con muchas dificultades en la búsqueda de datos para realizar los informes ya que las bases de datos sobre inversiones están restringidas. Además, de cara a la ciudadanía, las páginas web y perfiles de redes sociales de la banca convencional están básicamente enfocadas a comercializar su producto y servicios, no a informar sobre qué se hace con el dinero de los clientes, cómo se organiza internamente el banco, etc. Es realmente muy difícil y opaco conocer dónde se invierte el dinero de los clientes.

Por suerte, no toda la banca es así y sí que existe una banca alternativa que sí tiene la transparencia como principio fundamental: hablamos de la banca ética. La banca ética es otra forma de ahorrar e invertir que combina los beneficios sociales con los beneficios económicos. Cuentas de ahorro, fondos de inversión o depósitos a plazo que pretenden el uso ético del dinero y apuestan por empresas responsables social y ambientalmente.

Las entidades de finanzas éticas aplican criterios éticos, sociales y medioambientales a la hora de definir su política inversora y este hecho prácticamente obliga a definir, también, una política de transparencia. La transparencia es un elemento fundamental para dotar de coherencia y credibilidad el proyecto de las finanzas éticas y para dar a conocer los proyectos financiados y la capacidad de transformación social de la banca. Todo ello perdería sentido si no se contara de forma sencilla, regular y accesible qué proyectos se están financiando.

Para los socios y clientes de las entidades de finanzas éticas la política de transparencia supone, principalmente, dos cosas. Por una parte, el hecho de conocer qué proyectos y entidades están financiando supone que estos socios y clientes conocen perfectamente porque están utilizando su dinero. Y consecuentemente, este conocimiento puede aportar coherencia. Coherencia para evitar lo que muchas veces supone una contradicción entre los valores personales y los valores que se desprenden del uso que se le da a nuestro dinero.

La banca ética dispone de muy pocas oficinas físicas y centra su atención en una presencia virtual, donde las personas pueden informarse de la filosofía, funcionamiento y proyectos en los que se invierte el dinero de los clientes. Así, la

---

<sup>6</sup> Anuario Mèdia.cat realizado por el Grupo de Periodistas Ramon Barnils. Tercer silencio mediatico: Informe SETEM sobre bancos y armas: <http://www.media.cat/anuari/les-guerres-dels-bancs-catalans/>

banca ética utiliza al máximo las inmensas posibilidades que ofrece internet como pilar de su promoción ante una ciudadanía que demanda alternativas éticas. En sus páginas webs<sup>7</sup> y perfiles de redes sociales muestran el destino de todas sus inversiones.

En el año 2011 el conjunto de las finanzas éticas en España han aumentado significativamente: los depósitos recogidos se han incrementado en un 54%, y los préstamos concedidos, han subido el 24%, respecto al año 2010<sup>8</sup>. Este logro difícilmente se hubiera conseguido sin el papel que ha jugado Internet en su difusión.

### **Acciones actuales**

SETEM apuesta por aprovechar la revolución de transparencia y diálogo directo con la ciudadanía que ha supuesto Internet. Mediante las redes sociales se puede visibilizar y compartir la poca responsabilidad social y transparencia de banca y continuar exigiendo cambios reales. ¿Cómo se va a afrontar este desafío? Tenemos diferentes líneas de trabajo, que pasan desde la promoción de alternativas a la denuncia sistemática de las prácticas poco éticas de la banca convencional.

Una de las líneas de trabajo que se van a seguir desarrollando –y de más impacto en los últimos años- es el Activismo Accionarial, es decir, la participación en las Juntas de Accionistas de la banca para visibilizar ante el mismo accionariado las prácticas poco éticas de la compañía. El proceso se inicia compartiendo vía internet –en redes sociales, e-mailings a base social, página web, etc.- que SETEM busca accionistas que cedan a la organización el derecho de participación en la Junta<sup>9</sup>. Por ejemplo, en la asistencia a la Junta de Accionistas del BBVA se consiguieron 511.920 acciones delegadas<sup>10</sup> para denunciar que es el banco español que más invierte en armamento y poner en evidencia ante el Consejo de Administración y sus accionistas la continuada relación entre este banco español y la producción de armas en todo el mundo, algunas tan controvertidas, como las armas nucleares, las bombas de racimo y las armas de uranio empobrecido.

Por otro lado, también se está trabajando en una línea de actuación nueva con el objetivo de implicar a nuevos actores. En setiembre de 2012 se ha iniciado la campaña “Pide banca ética a tu universidad”<sup>11</sup>, que busca que los propios universitarios pidan a su universidad que trabaje con banca ética. Se trata de una campaña participativa con un gran foco de trabajo en el medio on line y un plan ambicioso de Social Media. El objetivo es crear una identidad digital de la campaña y a partir de aquí generar una comunidad on line de universitarios que quieran que su universidad haga el cambio a la banca ética. Algunas acciones previstas son la realización por parte de los propios universitarios de videos-cápsulas que se muevan por redes sociales, ciberacciones de universitarios dirigidas a su propia universidad, twitteracciones y actividad de denuncia en diferentes redes sociales.

Otra de las acciones destacadas es la creación de páginas webs que agrupen la

---

<sup>7</sup> Por ejemplo, ver: [www.triodos.es](http://www.triodos.es), [www.oikocredit.cat](http://www.oikocredit.cat), [www.fiare.com](http://www.fiare.com), [www.coop57.org](http://www.coop57.org).

<sup>8</sup> Fuente: Avance de datos del Barómetro de las Finanzas Éticas 2011: <http://www.fets.org/ca-es/general/barometre-2011>

<sup>9</sup> Petición on line de acciones para participar en la Junta de Accionistas del Banco Santander: (<http://www.setem.org/blog/es/catalunya/activismo-accionarial-peticion-de-acciones-para-asistir-a-la-junta-de-accionistas-de-la-caixa>).

<sup>10</sup> Más información: <http://www.setem.org/blog/es/catalunya/bbva-ocupa-la-primera-posicion-en-el-ranking-de-la-banca-armada-espanola>

<sup>11</sup> Web: [www.demanabancaetica.org](http://www.demanabancaetica.org).

información de las inversiones controvertidas de los bancos para facilitar la transparencia que no ofrecen los propios bancos, como la web [bancaarmada.org](http://bancaarmada.org), hecha conjuntamente entre SETEM, el Observatorio de la Deuda de la Globalización y el Centro Delás de Justicia y Paz, o bien [lossecretosdelosbancos.org](http://lossecretosdelosbancos.org), una iniciativa impulsada por BankTrack.

### **Deseos de futuro**

Cada vez los bancos podrán silenciar menos los casos de corrupción y su poca responsabilidad social. Internet abre una puerta inmensa a difundir mensajes y realizar acciones de denuncia y exigencia de transparencia. Ahora ni los medios de comunicación masivos ni los propios bancos actúan como únicos interlocutores con la ciudadanía, sino que ONG y movimientos sociales podemos visibilizar casos de vulneraciones de derechos y promover alternativas de forma directa. Además, el objetivo es dejar de ser una voz unidireccional y crear una comunidad de personas que exija una banca diferente, que cada vez va creciendo más gracias al efecto multiplicador de Internet.

En este sentido, el medio digital supone la posibilidad no sólo de difundir mensajes que antes podían estar censurados, sino que ofrece la gran ventaja de que una ciudadanía comprometida se pueda organizar y encontrar en Internet y empoderarse en primera persona de campañas de cambio. Movimientos como el 15M en España o la Primavera Árabe se han gestado en las redes sociales. Un dato muy interesante para la reflexión es que un movimiento crítico como es “Democracia Real Ya” cuenta en Twitter con más seguidores que los dos partidos mayoritarios en España (PP y PSOE).

Las redes sociales posibilitan que la propia ciudadanía se pueda organizar políticamente, al margen de organizaciones ya estructuradas. Un caso que está teniendo mucho impacto en España es la comunidad de personas que se está moviendo para denunciar los casos de corrupción y de inyección de dinero público en la banca española, en concreto el rescate multimillonario de Bankia. Desde el movimiento 15M se han realizado diferentes acciones de denuncia, una de las más ambiciosas es la campaña 15MpaRato<sup>12</sup> que según explica en su página web cree que “el pueblo sí podemos pedir responsabilidades, tenemos ahora las herramientas en Red para destapar sus cuentas, sus trapos sucios, desacreditarlos y perseguirlos hasta que no tenga dónde esconderse”. Se trata de una campaña on line para conseguir recopilar toda la información del caso de Bankia y presentar una querrela contra los responsables que lo han llevado a la quiebra.

Este es nuestro deseo de futuro: la propia sociedad utiliza el poder de las nuevas tecnologías para organizarse y tomar parte de la construcción del mundo que quiere.

---

<sup>12</sup> <http://15mparato.wordpress.com/>