

Zeitschrift: Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero
Band: 40 (2013)
Heft: 1

Artikel: Un templo para la sostenibilidad
Autor: Wissmann, Reto
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-908409>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 09.11.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Un templo para la sostenibilidad

El nuevo anfiteatro del medio ambiente en Spreitenbach ha costado 45 millones de francos, costeados por el contratista general de Zúrich Walter Schmid. El proyecto consiste sobre todo en lograr el cambio energético, que según la consigna en Spreitenbach, será posible sin renunciar al lujo. Un vistazo al mundo del «shopping» ecológico.

Por Reto Wissmann

Está en plena zona industrial, rodeado por gigantescos centros comerciales, mercados especializados y tiendas de objetos de decoración. Al parecer, aquí se rinde tributo al crecimiento, la prosperidad y la supuesta disponibilidad ilimitada de los recursos. No obstante, la meta de los gestores del Anfiteatro del Medio Ambiente es otra: quieren ofrecer un «mundo lleno de aventuras en lo relativo a cuestiones energéticas y medioambientales» y ser un «hito en el compromiso medioambiental». Cuando a finales de agosto se inauguró este edificio futurista, la consejera federal responsable de medio ambiente, transportes, energía y comunicación, Doris Leuthard, dijo muy ufana: «Por fin se reconcilian la ecología y la economía».

Y la prensa lo alabó como «centro de competencias para el mundo del futuro» y como «nueva estrella en el firmamento medioambiental».

Ya el propio edificio es fascinante. La forma exterior, con la cubierta negra centelleante, simboliza un gigantesco diamante. Durante la construcción, toda la obra se realizó con un CO₂ neutro – una

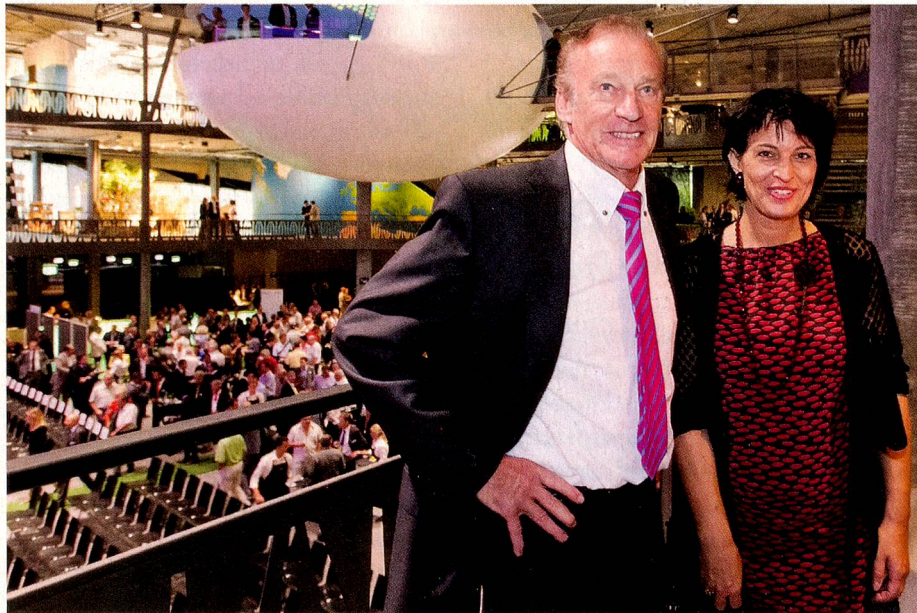
primicia mundial en un proyecto de esta envergadura, dicen los iniciadores. En los contenedores de la obra se montaron paneles solares y un rotor eólico en la grúa. Las excavadoras y los camiones funcionaban con biodiésel o gas natural. En el tejado se insertó un equipo fotovoltaico que producirá un 40% más de energía de la que consume el edificio. No obstante, el funcionamiento de las exposiciones de este edificio no se ha incluido en estos cálculos. También para la calefacción y la refrigeración se utiliza energía solar, y los restos de comida del restaurante no acaban en la basura, sino que son reconvertidos en biogás en un fermentador propio. En conjunto, el anfiteatro es hoy una referencia para grandes edificios del tipo energía plus.

Tobogán-planta de generación de energía

En el interior, unas 100 empresas en 40 exposiciones interactivas muestran sus productos respetuosos con el medio ambiente. Además hay una nave para eventos de hasta 4.000 visitantes. En octubre se otorgaron allí los premios suizos a la energía solar, en

presencia de la consejera federal Eveline Widmer-Schlumpf. «Sostenibilidad tangible y experimentable», es la consigna del Anfiteatro del Medio Ambiente. Los visitantes pueden ponerse al volante de los últimos coches eléctricos, comunicarse por videoconferencia con visitantes en el piso inferior, producir ellos mismos energía en un tobogán o aprender a reutilizar los envases en el dispensador de bebidas. En una «casa dentro de casa» se experimenta muy de cerca la influencia de las modernas ventanas aislantes sobre la temperatura de las habitaciones, y se compara la pérdida de energía en los edificios antiguos y en los nuevos. En una maqueta de un supermercado, los visitantes aprenden cómo se produce carne o algodón biológicos.

«Queremos que la gente esté mejor informada sobre las tecnologías medioambientales», dice la responsable de marketing. Aquí no se presentan visiones utópicas del futuro, sino productos listos para el mercado. Muchas cosas son conocidas, pero se pueden hacer interesantes descubrimientos. Por ejemplo un colector híbrido que produce energía mientras calienta agua, o



La consejera federal Doris Leuthard con Walter Schmid, iniciador del Anfiteatro del Medio Ambiente, en la inauguración y, a la derecha, el edificio en Spreitenbach visto desde arriba

una placa vitrocerámica de inducción que cubre toda la encimera y que sólo se calienta en el punto exacto sobre el que se encuentra la sartén. Al visitante le resulta agradable que no siempre haya un vendedor detrás, que uno pueda mirar las cosas y probarlas tranquilamente. La mayoría de las exposiciones no necesitan explicaciones y no se vende nada allí, pero la publicidad de las empresas participantes está muy presente. El semanario alemán «Die Zeit» calificó muy acertadamente al Anfiteatro del Medio Ambiente de «mezcla de feria de muestras y tecnorama».

Dinero de la venta de gas

Lo construyó Walter Schmid – sin ningún tipo de subvención pública. Este empresario de Zúrich se hizo famoso en los años 90 como fundador de la empresa Kompogas e inventor de instalaciones de producción de biogás a partir de desechos vegetales. Ya antes, Schmid había demostrado su espíritu pionero medioambiental, con prospecciones geotérmicas y la construcción de casas Minergie. Entretanto ha vendido compogas al consorcio energético Axpo e invertido 45 millones de los ingresos obtenidos en el Anfiteatro del Medio Ambiente.

La explotación la financia con contribuciones de los socios de las exposiciones y los promotores – entre ellos muchos consorcios internacionales. Pero también los visitantes contribuyen a ello: la entrada para adultos cuesta ocho francos y se esperan 300.000 visitantes al año. Actualmente, según la porta-

voz de prensa del Anfiteatro del Medio Ambiente, en los cuatro días por semana que está abierto acuden únicamente entre 300 y 400 personas.

El nuevo estilo provoca escepticismo

«La producción de energía debe ser una experiencia», dijo Walter Schmid en la inauguración. Para él no cabe duda de que el cambio energético es posible sin renunciar al lujo. Este espíritu y esta convicción se perciben en todos los ámbitos de las exposiciones. Así, por ejemplo, se ofrece una secadora que ahorra energía, pero no se propaga la idea de secar la ropa al aire, método con el que también se ahorra mucha energía. Tampoco se habla allí de utilizar los transportes públicos, mientras que la exposición de vehículos eléctricos e híbridos ocupa la mitad de un piso. No se menciona en ninguna parte que en Suiza la calidad del agua del grifo es equiparable a la embotellada. Se prefirió hacer publicidad para el reciclaje de botellas PET. El mensaje es: la técnica tiene una solución para todo, no hay que cambiar el comportamiento. Este mensaje agrada también a los políticos, por ser más atractivo que la exigencia de limitar el consumo, dicen las organizaciones de protección medioambiental. Para la consejera federal Leuthard, incluso se ha hecho un pequeño milagro, al hacer «tangibile el cambio energético».

Jürg Buri, gerente de la Fundación Suiza para la Energía, tiene sentimientos encontrados al respecto. Reconoce que los propósitos de Schmid son muy loables: «Es un hombre de

acción progresista y de gran éxito, que cree en la sostenibilidad», dice Buri. Y afirma que desde luego no está prohibido ganar dinero con tecnologías medioambientales. No obstante, cuando a la gente se le sugiere en un «palacio del cambio energético» que se puede frenar el cambio climático simplemente con nuevas tecnologías y sin cambiar el comportamiento, «se la está cegando».

También los protectores del medio ambiente y el clima se apartaron hace tiempo de la imagen de gruñones con calcetines de lana que hacían compost colectivo. Pero Walter Schmid ha marcado nuevas pautas: en estética y dimensiones, su obra apenas se diferencia de los faros del desenfadado mundo del consumo. «No estamos acostumbrados a este gigantismo en el sector medioambiental, aquí hasta ahora se trabajaba a pequeña escala», dice Buri sobre el nuevo estilo. Pero no es seguro que así se sensibilice a un público más amplio para un consumo responsable. En todo caso, una pareja de Berna que se trasladó a Spreitenbach opina: «¡Es estupendo que aquí no sólo haya cosas para fundamentalistas ecológicos!».

Es posible que este anfiteatro reavive los debates en Suiza sobre el cambio climático y la sostenibilidad. Está por verse lo que surgirá de ello. En alguna parte de las naves del Anfiteatro del Medio Ambiente puede leerse el proverbio: «Del dicho al hecho hay mucho trecho.»

RETO WISSMANN es periodista independiente y vive en Bienne

