

Más allá del greenwashing: por qué el océano debe ganar protagonismo en las estrategias sostenibles



Jordi Van Oostenryck,
Director de Marketing
de Underwater Gardens
International

Durante años, la sostenibilidad ha sido la palabra favorita de las campañas corporativas, y las instituciones. Aparecía en informes, en anuncios, en propuestas como pilar clave en la estrategia y la comunicación. Pero con el tiempo, su uso indiscriminado ha creado un problema de fondo: la desconexión entre lo que se promete y lo que realmente ocurre.

Los consumidores, cada vez más informados, ya no se dejan convencer solo con mensajes positivos o etiquetas verdes. Buscan coherencia, resultados verificables y un impacto real. Y cuando no lo encuentran, surge la acusación de greenwashing: la sensación de que la sostenibilidad se ha convertido, en demasiadas ocasiones, en una herramienta de marketing antes que en una estrategia transformadora.

Hoy esa brecha entre palabras y hechos ya no puede mantenerse. En un planeta en crisis climática, no basta con frenar el daño: necesitamos reparar y regenerar lo que se ha perdido. Y para lograrlo, el océano debe dejar de ser el gran olvidado.

El océano: el motor silencioso de la vida en la Tierra

El océano produce más del 50% del oxígeno del planeta, absorbe cerca del 30 % del CO₂ que generamos y es el gran regulador del clima. Alberga la mayor biodiversidad del planeta y es sustento para millones de personas en todo el mundo.

Sin embargo, durante décadas, las estrategias ambientales se han centrado en energías renovables, reciclaje o eficiencia energética, dejando al océano en un papel secundario, como si fuera inagotable.

Hoy sabemos que no lo es. La contaminación, la sobreexplotación y la pérdida de biodiversidad han llevado nuestros mares a un punto crítico. Ignorar al océano es ignorar al sistema que hace posible la vida en la Tierra.

Hoy vivimos un momento único para que empresas e instituciones integren la regeneración marina en el centro de sus estrategias ambientales, un paso decisivo hacia un futuro donde sostenibilidad y regeneración avancen de la mano. Pasar de la sostenibilidad a la regeneración.

La sostenibilidad buscaba mitigar el impacto. La regeneración va mucho más allá: no se trata solo de conservar o restaurar lo perdido, sino de regenerar, devolver valor y generar capital natural y social para el futuro. Este cambio no se limita a campañas puntuales ni a gestos simbólicos, implica un replanteamiento profundo de cómo empresas, instituciones y organizaciones entienden su relación con la naturaleza y su papel en la transformación del modelo económico.

Este cambio hacia la regeneración ya está ocurriendo. En distintos lugares del mundo, la ciencia, la innovación y la colaboración están demostrando que es posible revertir la degradación de los ecosistemas y devolver vida donde antes solo había pérdida.

Un ejemplo de ello es Underwater Gardens International (UGI), que desarrolla proyectos donde la restauración marina se une a la investigación científica, la educación ambiental y la participación comunitaria. Cada arrecife recuperado, cada especie que regresa, cada estudiante que aprende sobre la importancia del océano, es parte de un proceso colectivo que muestra que la regeneración no es un concepto teórico: es una realidad medible.