

El reto de enfrentar las campañas en contra

Para Alexandra Hernández, vicepresidenta de Asuntos Económicos de la Asociación Colombiana del Petróleo (ACP), el esquema de transparencia de los proyectos piloto de *fracking* que ejecutarán las petroleras Ecopetrol y ExxonMobil en Puerto Wilches (Santander) será fundamental para que, por fuera de la desinformación que se maneja en las redes sociales, se determinen los impactos reales de esta técnica.

Por su parte, John Padilla, director para Latinoamérica de la firma de consultoría IPD, señala que las instituciones y las empresas deben identificar las necesidades sociales, económicas y ambientales a través del diálogo y la comunicación a nivel local y nacional con los jóvenes, las universidades los ambientalistas y sectores políticos.

“Si el medioambiente es tan importante para muchos y es un recurso fundamental para el país, hay que entenderlo de verdad, mirando cómo mejorarlo y usar los recursos que hay para el bienestar de todos y no de algunos”, recalca.

Según Armando Zamora, presidente de la Agencia Nacional de Hidrocarburos (ANH), una vez se realicen los pilotos y se cumplan los objetivos, hay que

desplegar una fuerte campaña de comunicación y pedagogía porque las campañas ‘antifracking’, que vienen de países a los que no les conviene que la técnica se desarrolle, “tienen una maquinaria estructurada, bien aceiteada y recursos suficientes”.

“Vienen especialmente de Europa, que tiene mucho potencial de yacimientos no convencionales en Ucrania, Polonia, Francia, España, el Reino Unido y Holanda. Imaginen lo que le pasaría a Rusia si Europa produce su propio gas”, puntualizó.
