

January 1999

Etiqueteado ecológico

Camilo Hernando Guáqueta R.

Universidad de La Salle, Bogotá, revista_uls@lasalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls>

Citación recomendada

Guáqueta R., C. H. (1999). Etiqueteado ecológico. *Revista de la Universidad de La Salle*, (28), 103-108.

This Artículo de Revista is brought to you for free and open access by the Revistas de divulgación at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Revista de la Universidad de La Salle* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Etiqueteado ecológico

Camilo Hernando Guáqueta R.

Decano

Facultad de Ingeniería Ambiental y Sanitaria

Universidad De La Salle

Uno de los vectores socioeconómicos que a nivel mundial viene proyectándose desde hace unos 25 años es la globalización económica, social y cultural.

La globalización cultural, en particular, ha traído como consecuencia, en especial para los países en vías de desarrollo y muy marcadamente para los países que como Colombia han sufrido un largo proceso de deterioro sociocultural, la importación de esquemas para el manejo de la problemática, en este caso, ambiental.

Uno de los aspectos más relevantes que se ha importado es el giro "Desarrollo Sostenible". Expresión que no tiene una definición clara, coherente y consistente a través de todos los países y

en particular dentro de las entidades o agencias multilaterales o multisectoriales.

De tal forma que cada cual entiende, explica y aplica esa expresión en la medida en que define políticas propias para su aplicación. En otras palabras el "Desarrollo Sostenible" debe estar dirigido hacia las condiciones socioculturales y ambientales idiosincráticas propias.

No es nuestro caso. Es así como, a falta de políticas de Estado que permi-

tan enmarcar el concepto de "Desarrollo Sostenible", nos hemos enfrascado en pasar por encima de las políticas directamente hacia la aplicación de herramientas. Herramientas que pueden ser útiles si están basadas en políticas pero que son riesgosas cuando se aplican indiscriminadamente.

Una de esas herramientas importadas, a través de las normas ISO 14000, son los llamados Sellos o Etiquetas Ecológicas. ¿Cuál es su propósito? Ofrecer al consumidor un procedimiento de información para que éste a su vez pueda tomar una decisión educada sobre la compra de un producto o servicio.

¿Pero qué quiere decir educada? Supone básicamente dos aspectos. El primero hace referencia al impacto que sobre el medio ambiente tiene el producto o servicio desde su adquisición hasta su disposición final. El segundo hace referencia al impacto que sobre el medio ambiente tuvo la elaboración del producto o servicio desde su concepción hasta el momento y sitio en que está a disposición del consumidor.

Como se observa, el trasfondo radica en la definición de medio ambiente. Aquí estriba una de las mayores dificultades puesto que no existe una definición clara y concisa de medio ambiente. Cada uno de nosotros lo define, lo concibe y delimita según sus intereses, nivel de educación, nivel económico y particularmente visión estética. Pero más allá, en la medida en que el conocimiento científico sobre el funcionamiento de la naturaleza se va profundizando, así mismo nuestro propio

concepto de medio ambiente también va cambiando.

Con esta gran dificultad de fondo se hace mucho más difícil establecer un procedimiento que permita ofrecer al consumidor de manera clara y sencilla una herramienta decisoria para la compra de productos y servicios. Por eso y a pesar de todo lo anterior cabe reconocer el gran esfuerzo realizado por la "International Standard Organization" para identificar los esquemas de información para el consumidor.

Las normas ISO contemplan dos maneras de abordar el tema. La primera alternativa conocida como tipo I, corresponde a los "Sellos Ecológicos". Se trata de rótulos o logos que se colocan al producto para indicar que es ambientalmente benigno. Para otorgar el Sello se acude a un panel de expertos que establece para cada categoría de productos cuál es merecedor del Sello.

La segunda alternativa conocida como tipo II, corresponde a las "Autodeclaraciones Ambientales". Cada quien puede proveer al consumidor con la información ambiental fidedigna que considere y le sirve para tomar una decisión educada sobre un producto o servicio. Para verificar la calidad de la información existen organizaciones independientes, agencias o entidades oficiales y particularmente la competencia. Los sellos ecológicos y las autodeclaraciones ambientales ofrecen ventajas y desventajas.

Los sellos ecológicos, tipo I, presentan entre otras las siguientes ventajas:

- El sello o marca es una visión sintética para el consumidor sobre la calidad ambiental del producto o servicio.
- El uso del sello es confiable puesto que fue otorgado por un panel de expertos.
- El uso del sello por parte de empresas y entidades es voluntario.

Estas ventajas a primera vista promueven la utilización del sello ecológico. Sin embargo, existen algunas objeciones de fondo que se presentan a continuación.

La primera objeción es de base. El sello debe corresponder a algún atributo específico del producto (por ejemplo, cantidad de material reciclado) o debe cubrir todos los atributos ambientales no sólo del producto o servicio, sino de su producción y condiciones ambientales locales de los sitios de fabricación, comercialización, uso y disposición. Porque aún cuando dos productos sean idénticos, no es lo mismo elaborarlos en un sitio donde la fuente de energía es hídrica que en otro donde la fuente de energía es atómica. O donde la minería es a cielo abierto que en otro donde es con socavones. Y estos casos ¿cuál

sería el producto ambientalmente más benigno?

Estas inquietudes desembocaron en que no es factible o sano conceder un sello ecológico sólo para destacar algún o algunos atributos del producto o servicio, y que por el contrario es necesario analizar la totalidad de los procesos: desde su nacimiento hasta su fenecimiento. Es decir, considerar el ciclo de vida como la mejor estrategia de análisis para determinar la calidad ambiental de un producto o servicio.

La globalización cultural, en particular, ha traído como consecuencia, en especial para los países en vías de desarrollo y muy marcadamente para los países que como Colombia han sufrido un largo proceso de deterioro sociocultural, la importación de esquemas para el manejo de la problemática, en este caso, ambiental.

He aquí el meollo del asunto, la mayoría de los sellos ecológicos europeos y norteamericanos se han limitado a favorecer un solo atributo o como máximo algunos atributos. La razón es sencilla: realizar un análisis de ciclos de vida es una labor larga, ardua y costosa. Por el contrario validar o reconocer algún o algunos atributos ambientales es sencillo y directo, basta con definir los criterios de selección y todos aquellos productos o servicios que los cumplan, son aceptables y los demás rechazados. Tal es el caso, por ejemplo del uso de tintas con base en solventes o con base en agua.

Pero aún así, si solo se pretende certificar algún atributo del producto es difícil establecer cuál o cuáles son los criterios de selección. Para salvar este obstáculo se apela a la ciencia, con la esperanza de que la ciencia pueda establecer de manera inequívoca los atributos y los criterios que mejor definan la calidad ambiental de un producto o servicio.

No hay tal. Todavía la ciencia no tiene el conocimiento suficiente para dirimir entre canjes ambientales. Que es mejor: un producto que por el proceso "A" genera poco residuo sólido pero usa mucha agua o el mismo producto que por el proceso "B" genera mucho residuo sólido pero usa poca agua. La ciencia aún no encuentra como valorar este tipo de canje porque finalmente depende no sólo de la política ambiental sino de la naturaleza donde se desarrolla el o los procesos.

Es así como la apreciación del impacto dependerá de la fuerza y vehemencia con que se defienda uno u otro proceso. Con esto prima la apreciación

subjetiva y de plano se elimina el método científico. Pero aún más: cuál es la base científica para escoger cuál o cuáles atributos son los más representativos de una categoría de productos o servicios.

Puede ser que se escoja el poco uso de agua, ¿qué pasa si no hay sitios adecuados para disponer residuos sólidos? o ¿qué sucede si el proceso "A" está localizado en un área de poca pluviosidad? ¿Quiere decir esto que el producto "B" es mejor?.

Al perder la objetividad de selección de criterios también se elimina de plano el método científico. Para resumir resulta que los "mejores" aspectos o atributos ambientales son relativos. Dependen del sitio, del tipo de materiales, de su forma de extracción, de los procesos de producción, del uso que se de al producto... son muchos "depende" que hacen imposible, por ahora, encontrar los procedimientos científicos que puedan involucrar y sopesar todas las variables. Y finalmente, todo depende de la definición de la política am-

biental para el desarrollo sostenible.

Las normas ISO contemplan dos maneras de abordar el tema. La primera alternativa conocida como tipo I, corresponde a los "Sellos Ecológicos". Se trata de rótulos o logos que se colocan al producto para indicar que es ambientalmente benigno. La segunda alternativa conocida como tipo II, corresponde a las "Autodeclaraciones Ambientales". Cada quien puede proveer al consumidor con la información ambiental fidedigna que considere y le sirve para tomar una decisión educada sobre un producto o servicio.

Con esto no terminan los inconvenientes del sello ecológico. Quizás, para países, como Colombia, se encuentran en un proceso incipiente de industrialización, es preocupante que el sello ecológico se convierta en una barrera para la innovación y la creatividad.

En efecto, salvando las dificultades de escogencia y valoración de los criterios ambientales, resulta que sólo se pueden analizar aquellos que están en existencia. Normalmente, el proceso para otorgar un sello ecológico dura unos 4 años. Mientras que la innovación tecnológica se sucede cada 12 meses. Con esto lo único que se logra es fraguar prácticas productivas obsoletas y así frenar el desarrollo. Por eso, la inquietud inicial acerca de para qué o para quién es el "desarrollo sostenible". En especial en una economía en crecimiento, con una fuerza innovadora tan potente como la colombiana, se requiere que no se presenten obstáculos al desarrollo socioeconómico. Basta con los que ya tenemos.

Otro problema del sello ecológico es que puede convertirse en barrera comercial internacional. Esto es preocupante porque los países en vía de desarrollo no tienen los recursos necesarios para cumplir con las obligaciones exigidas por los sellos ecológicos de los países más desarrollados. Más preocupante aun cuando el sello ecológico sirve de filtro arancelario y no solo de método de información al consumidor.

Tal es el caso del sello ecológico europeo para papeles de escritura e impresión que exige conformidad con el Acuerdo de Helsinki. Este Acuerdo

favorece los esquemas forestales europeos nórdicos y desconoce el manejo del bosque húmedo tropical de manera sostenible. Esta situación de desfavorecimiento comercial internacional exige del Estado una participación vehemente en contra del uso del sello ecológico como barrera comercial. Y no, por el contrario, la creación de sellos ecológicos para satisfacer esas exigencias pero que carecen de credibilidad.

Ya al respecto se pronunció la Organización Mundial de Comercio al expresar su preocupación porque los sellos ecológicos se conviertan en barreras para-arancelarias. Las autodeclaraciones ambientales, tipo II, ofrecen las siguientes ventajas:

- El interés comercial exige veracidad en la información.
- Los requerimientos de certificación ISO 9000 e ISO 14000 promueven la creación de una autodeclaración ambiental fidedigna.
- La pugna por el mercado promueve la innovación y progreso en asuntos ambientales.
- Para el mercado internacional los mensajes ambientales serán más claros y pertinentes.
- Promueve la educación ambiental al ofrecer al consumidor información real.
- Establece canales de retroalimentación por parte de los consumidores para influir sobre la calidad ambiental de un producto o servicio.

- Permite la flexibilidad empresarial al mantener abiertas las puertas para introducir producción limpia.

Estas ventajas generan gran expectativa; sin embargo, también existen objeciones sobre el uso de las "autodeclaraciones ambientales". La principal objeción es que el consumidor no tiene la educación, información o experiencia necesaria para evaluar las diferentes opciones ambientales de los diferentes productos. Se presume que es más útil que un experto decida y no el consumidor directamente. Este planteamiento supone que el consumidor no está educado ambientalmente. Pero, sucede que cada cual entiende el medio ambiente según su propia definición y cada nivel económico tendrá a su alcance los productos y servicios acordes con su canasta familiar, lo que hará que la creatividad de la publicidad se exija al máximo para acceder al consumidor de manera más clara y apropiada; obviamente sin tergiversar o desenfocar la información que suministre la empresa.

Aquí se presenta la segunda gran objeción. ¿Será posible que una empresa entregue información veraz?

Como se dijo anteriormente "depende". Depende del compromiso ético, de su voluntad para acogerse al espíritu de las normas ISO 9000 e ISO 14000, de la calidad y compromiso de sus funcionarios... pero, finalmente depende

de la competencia y de la vigilancia que ejerzan las asociaciones de consumidores.

Por esa razón, es necesario fortalecer a las asociaciones de consumidores y garantizar que la competencia se de dentro de un mercado de libre comercio. Además, es por estas razones que se favorece Colombia, adoptando un sistema de autodeclaración ambiental tipo II, según las normas ISO 14000.

Esta herramienta también es más equitativa con las empresas nacionales. Les permite informar a sus clientes sobre los aspectos ambientales más pertinentes con recursos propios tanto económicos como laborales. No les exige la participación en foros que por los costos se tornan excluyentes.

Finalmente, permite utilizar una herramienta de reconocida trayectoria internacional, respaldada por la International Standard Organization, para promover el desarrollo sostenible dirigido hacia nuestro sector empresarial y no hacia los intereses de empresas que se dedican a vender sellos ecológicos.

De esa manera podemos adoptar sin temor el vector de la globalización económica a sabiendas de la calidad empresarial del país y de su compromiso ético.

Porque cuando de desarrollo sostenible se trata debemos definir con claridad: ¡sostenible para quien! ♦