

CONSUMO. TODOS QUIEREN SER VERDES

■ ROSA PRADAS



En los umbrales del siglo XXI si existe un fantasma que recorre Europa, que moviliza cada vez más a los habitantes del viejo continente, es el de la conservación del medio ambiente. Los vientos soplan veloces desde la América desarrollada y envuelven, cada vez con más fuerza, a los individuos de los países industrializados.

Los países subdesarrollados, por su parte, reclaman la atención de los gobiernos de naciones más poderosas, pidiendo ayuda para llevar a cabo las transformaciones que necesitan, sin que el progreso suponga un agotamiento de sus recursos no renovables.

Desde hace unos cuantos años, los científicos no paran de gritar a los cuatro vientos que los 5.300 millones habitantes del planeta tierra pueden duplicarse dentro de 50 años y que si no se introducen criterios medioambientales en las decisiones políticas nuestro mundo está condenado a muerte.

Las cifras que se barajan, en cuanto al ritmo de destrucción del planeta, son absolutamente escalofriantes: cada año se pierden entre cinco y siete hectáreas de tierra cultivable, 3.000 metros de bosques desaparecen cada segundo y aniquilamos de 10 a 20 especies animales o vegetales cada día. Los economistas reconocen que, de un tiempo a esta parte, hasta el aire y el agua son bienes de alto coste, porque se han vuelto escasos.

Un europeo, por ejemplo, suele gastar una media de 250 litros de agua al día, de los que no más de cinco litros se emplean para beber y cocinar. El resto se va por los desagües o se utiliza como artículo de lujo; mientras que las industrias, más que utilizar el agua, la despilfarran.

Vistas así las cosas, queda claro que vivir es, cada día mas, contaminar. La presencia de los humanos en el planeta, los avances tecnológicos, la calidad de vida y el confort suponen degradar el medio ambiente. Nadie está dispuesto a perder los pequeños, o grandes privilegios, que de-

para el mundo "civilizado". Pero si hay mucha gente que hace una apuesta sincera por la sobriedad y prefiere consumir en forma moderada los bienes que no son renovables y buscar alternativas menos contaminantes y agresivas con el entorno.

Sin ir más lejos, hace escasamente dos meses, jefes de Estado, presidentes de Gobierno y altos responsables de la ONU y de la Comunidad Europea, presidieron en 60 ciudades del mundo el lanzamiento del programa "Cuidar la Tierra. Una estrategia para el futuro de la vida", elaborada por el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), el programa de la ONU para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN). Los expertos de estos organismos internacionales han hecho un cálculo aproximado del coste de las 132 acciones específicas de este programa y han llegado a la conclusión de que hay en juego un gasto de 1.288 millones de dólares. Con todo este movimiento de capital, resulta claro que hay un fuerte negocio a la vista.





■ SECRETARIA DE ESTADO PARA LAS POLITICAS DEL AGUA Y EL MEDIO AMBIENTE.

■ OBRAS HIDRAULICAS. Planificación Hidrológica. Racionalización del empleo del agua.

■ CALIDAD DEL AGUA. Protección de la Calidad de las Aguas. Control de los vertidos. ■ CONFEDERACIONES HIDROGRAFICAS. ■ COSTAS. Determinación del dominio público marítimo terrestre. Conservación de sus características naturales. ■ POLITICA AMBIENTAL. Análisis y seguimiento del estado de situación del ambiente y los recursos naturales. Evaluación del impacto ambiental.

■ INSTITUTO NACIONAL DE METEOROLOGIA. Análisis, predicción y seguimiento de los parámetros meteorológicos. Detección y adopción de planes relacionados con el clima y sus efectos. ■ INSTITUTO GEOGRAFICO NACIONAL. Realización del Mapa Topográfico Nacional. Elaboración, mantenimiento y actuación de la información cartográfica.

SECRETARIA DE ESTADO PARA LAS POLITICAS DEL
AGUA Y EL MEDIO AMBIENTE.

MOPT

Este documento, además de demostrar el interés creciente por la ecología, plantea un cambio en el desarrollo y la explotación de los recursos del planeta para que pueda seguir viviendo la especie humana. Se habla en definitiva de "desarrollo sostenido", que supone mejorar la calidad de la vida, sin rebasar la capacidad de los ecosistemas para absorber el progreso.

Según el catedrático de Ecología de la Universidad Complutense, Francisco Díaz Pineda, "lo que han dado en llamar desarrollo en los países ricos no es más que un espejismo". Y aún va mas allá cuando afirma: "Pagamos un alto coste para unos beneficios económicos muy pobres".

Salvar la Tierra es evidentemente un problema político y económico, pero no es solo eso. Los individuos también tienen que aportar su granito de arena y, por este motivo, el sentimiento ecologista, en este momento,

calidad de vida es una exigencia cotidiana.

Tanto es así, que en las bases de la citada estrategia "Cuidar la Tierra", además de pedir a los responsables políticos que forjen una alianza mundial para la adopción de medidas tendientes a conservar la naturaleza y el medio ambiente, forjando una alianza mundial, se promueve la modificación de las actitudes y prácticas personales, para lograr una vida sostenible.

El mismo Rey Juan Carlos, en la presentación en España de este documento, proponía a los ciudadanos "la adopción de un estilo de vida y unas pautas de desarrollo que respeten los límites de la naturaleza".

Todo el mundo está de acuerdo: hay que vivir de otra manera. Hay que introducir una mayor conciencia ecológica en las actitudes diarias. Quién no ha oído hablar de la agricultura ecológica, el turismo verde, el papel reciclado, la gasolina sin

degradable. La protección del medio ambiente forma parte de la oferta en las sociedades de consumo. Comprar y consumir productos que sean respetuosos con la capa de ozono o que no contribuyan a la deforestación de los bosques se ha convertido en un toque de distinción. Es la apuesta por un futuro mejor.

Pero no es oro todo lo que reluce. La ecología es también un reclamo publicitario que da lugar, en algunos casos, a abusos por parte de los vendedores, una vez constatado que poner en el etiquetado algo relacionado con el medio ambiente dispara las ventas. Aquí la ley y la trampa están íntimamente ligadas y hay gente que por vender, ya sea imagen o producto de consumo, es capaz de incorporar cualquier calificativo que ronde lo ecológico, sobre todo si tenemos en cuenta que la frontera entre lo conservacionista y lo nocivo no está bien definida por la legislación.

EL DISEÑO ECOLOGICO

El sector de envasadores ha sido uno de los primeros en darse cuenta del mercado que se abre. Ya saben que si quieren vender mejor un producto, el nuevo reclamo es el del "papel reciclable" o el del "material biodegradable" y estas nuevas materias se las ofrecen a sus clientes.

Según las nuevas técnicas de diseño industrial y gráfico que se utilizan en el sector de envasado y embalaje, la protección del medio ambiente es una baza de gran importancia para convencer al consumidor a la hora de comprar un producto. Los expertos consideran que en cinco segundos el posible comprador elige entre una marca u otra según la percepción óptica y emocional que reciba.

Este sector ya está hablando de reciclaje e investigación para la utilización de materiales menos nocivos, como garantía de oferta más competitiva en el mercado. Los plásticos no biodegradables y los metales son claramente descartables en esta nueva política de ventas. Sin embargo, el vidrio, el cartón, el papel no blanquea-



se extiende como una mancha de aceite en aquellos lugares donde la

plomo, los aerosoles sin CFC, los detergentes sin fosfatos y el plástico bio-

do y determinados complejos de la familia de los "tetra pack" son estupendos materiales porque son reciclables.

Este tipo de industrias, que se encontraban en el punto de mira de los ecologistas por la cantidad de basuras y residuos sólidos urbanos e industriales que generaban, ya está buscando alternativas. Alemania, Suiza, Austria, Dinamarca y Suecia han iniciado una fructuosa labor legislativa, limitando o incluso prohibiendo el uso de determinados plásticos. Empresas punteras, con elevado consumo de envases para sus productos, están en pleno proceso de sustitución de ciertos materiales por otros más ecológicos.

Puede casi considerarse un hecho histórico que la mismísima Coca-Cola en Estados Unidos haya comenzado a retirar el envase de las famosas botellas PET de plástico prácticamente indestructible y que Procter and Gamble haya apostado por pequeñas bolsas, para sustituir los grandes envases de productos de limpieza y por los complejos de resinas para sus tambores de detergente, que antes eran de plástico.

Un poco más cerca, El Corte Inglés ha cambiado las bolsas de plástico tradicionales por otras de papel que se destruyen fácilmente. También en el País Vasco se está montando una empresa para la fabricación de bolsas de plástico biodegradable que pueda surtir a esta Comunidad Autónoma.

La preocupación por el entorno va a constituir el caballo de batalla del diseño de envases en los próximos años. Leyes cada vez más restrictivas van a obligar a los productores a hacer cambios profundos en sus líneas de envasado. El sello de "producto ecológico" pasará a ser un valor añadido, lo que supone una invasión del verde en los lineales de los puntos finales de distribución.

Varios países ya han comenzado a trabajar para ayudar al consumidor a elegir, si es que quiere poner una guinda verde en su vida. Los responsables de medio ambiente de los países industrializados también están haciendo su propia guerra frente a las industrias que contaminan. Y las em-

presas de servicios, que han detectado un buen mercado a la vista, se han puesto en marcha para ofrecer asesoramiento y búsqueda de financiación a todo el que quiera que su negocio sea respetuoso con la naturaleza, sin dejar de tener ganancias, o incluso aumentando la rentabilidad.

A este carro se quieren subir todos, unos por convicción, otros por mala conciencia y algunos por no quedarse al margen del gran mercado ecológico que se avecina.

La gran feria de la ecología está en marcha. Las empresas se reconvierten, los agricultores ofrecen productos que no utilizan sustancias químicas, las industrias de transformación alimentaria quitan los conservantes para vender más, las papeleras incorporan a su producción la utilización de papel usado, los operadores turísticos ofrecen a los futuros viajeros el paraje mejor conservado y lo que aún es más interesante, se crean nuevas empresas con el único y loable objetivo de ayudar a todos ellos a conservar el medio ambiente.

El negocio, que ya está montado en otros países, está llegando a España y trae bajo el brazo más puestos de trabajo. Según cálculos de un estudio encargado por la Secretaría de Estado de Medio Ambiente, por cada ocho millones de pesetas en inversión medioambiental para eliminar residuos sólidos se va a crear un nuevo puesto de trabajo directo. El empleo que se puede originar en el sector servicios es bastante superior y de momento no está ni calculado.

Si a los fabricantes de palillos de madera para comer arroz, les hubieran dicho hace unos años que nadie en Estados Unidos iba a querer utilizar su producto en los restaurantes chinos, no se lo hubieran creído. Una campaña de concienciación ciudadana dio al traste con tan importante negocio, que tiempo atrás resultaba muy rentable debido al gusto por lo exótico de los consumidores americanos. Desde que se enteraron que la madera de estos típicos e inofensivos palillos estaba acabando con los bosques en

Indonesia, nadie quiere usarlos. Por este motivo y para no quedarse sin clientela, los dueños de los restaurantes ya han ofrecido una alternativa: palillos de plástico biodegradable. Una nueva industria ha nacido.

Esta pequeña historia no es más que un botón de muestra, pero ya sabemos por donde van los tiros. No vale decir que es un caso extremo, o que los americanos son muy excéntricos. La sensibilización hacia estos problemas crece como la espuma y sobre todo en los sectores culturales medios y altos, lo que significa que por una lógica reacción en cadena, la sociedad se va impregnando de este fuerte olor a naturaleza viva. La calidad de vida está asociada a la protección del medio ambiente.

Una vez aquí, es necesario entrar de lleno en la oferta de productos ecológicos que cualquier individuo puede comprar en unos grandes almacenes, en un hipermercado o en la tienda de la esquina. Pero ¡cuidado! no le vayan a dar gato por liebre.

AGRICULTURA ECOLOGICA

Cada vez resulta más fácil encontrar, principalmente en las grandes superficies, productos agrícolas que no utilizan sustancias químicas. La gente prefiere comer un tomate que no haya crecido con reguladores artificiales y un cerdo que para su engorde no haya tenido piensos con aditivos. La agricultura ecológica no persigue aumentar los rendimientos, lo que busca es que las producciones sean compatibles con la estabilidad del ecosistema que está implicado en el proceso. Al mismo tiempo, esta agricultura ofrece a los consumidores alimentos de calidad.

Se ha estimado que existen aproximadamente 63.000 sustancias químicas que son de utilización normal en todo el mundo, a las que habría que añadir cada año de 200 a 1.000 nuevos productos sintéticos que se ponen en el mercado. Teniendo en cuenta los efectos de estos productos sobre el medio y la salud de los seres vivos, la agricultura ecológica no permite la utilización de herbicidas y plaguicidas

químicos, los abonos minerales de síntesis, los aditivos químicos y el uso de hormonas.

Los defensores de este tipo de producciones aseguran que las plagas en una planta se deben, en la mayoría de los casos, a un desequilibrio nutricional o ambiental. Como consecuencia de los cambios de equilibrio que se han ido realizando para que el hombre se asegurase los alimentos básicos, tuvieron que crearse los controles fitosanitarios. Pues bien, los nuevos agricultores, retornan a los métodos de sus ancestros y consideran que una fertilización equilibrada es una fuente de garantía para que se reduzcan los problemas de enfermedades en las plantas e incluso para que a la larga desaparezcan.

En la agricultura ecológica no se utiliza ningún herbicida de síntesis. La lucha contra las malas hierbas se lleva a cabo por métodos preventivos, mejorando la actividad biológica del suelo, haciendo rotaciones equilibradas y organizando el laboreo superficial en su tiempo exacto, entre otras cosas. También se trabaja con los llamados sistemas de escarda y los métodos térmicos.

En el caso de ataques de parásitos se recurre a medidas de lucha de escasa o nula toxicidad para el hombre y el entorno natural. El control biológico a través de insecticidas vegetales o la destrucción de parásitos por medio de sus enemigos naturales es una inversión a largo plazo.

El resultado de todo esto es que quien cuida el suelo y obtiene productos agroalimentarios de forma natural y con un respeto total por el medioambiente está en condiciones de ofrecer productos con un nivel de calidad que no puede exigirse a la agricultura convencional. Es evidente que hay una correspondencia inseparable entre la salud del suelo y de los cultivos que en él crecen y la de los animales y personas que consumen estos cultivos.

Estos alimentos conservan un perfecto equilibrio entre sus constituyentes minerales y orgánicos y, además,

están desprovistos de sustancias nocivas, naturales o artificiales, introducidas por las materias primas o por los procesos de elaboración.

Los animales, dentro de los sistemas agrícolas ecológicos, tienen un papel de vital importancia no solo porque aprovechan a menudo las zonas que no son cultivables, sino porque producen estiércol y cierran el ciclo de nutrientes. Es una gran ayuda para la diversificación del sistema productivo.

España fue el primer país de la Comunidad Europea que puso en el mercado productos etiquetados con la denominación "agricultura ecológica", en línea con la política de calidad del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Con este motivo se creó un Consejo Regulador para esta Denominación Genérica.

En 1990, el Consejo de Ministros de la CEE aprobó un Reglamento que controla este tipo de producciones, en vista de la experiencia española y de la existencia de una gran demanda por parte de los consumidores europeos. Esta reglamentación regula la producción, elaboración y comercialización de los productos agroalimentarios ecológicos, incluyendo un etiquetado común, que debe ser añadido al correspondiente de cada país y que permite a los posibles compradores reconocer esta oferta de calidad.

En nuestro país existe un registro especial de fincas y otro de industrias que son las únicas capacitadas para utilizar las denominaciones "ecológico", "biológico", "orgánico", "biodinámico" o "biólogo-dinámico". Al comprar, que no le engañen, si quiere un producto elaborado con garantías hay que buscar el logotipo del Consejo Regulador de Agricultura Ecológica (CRAE).

Las estimaciones existentes en la actualidad cifran en unas 5.000 hectáreas la superficie de cultivo destinada en España a este tipo de producciones, con una oferta que incluye casi seis millones de kilos de fruta, unos 3 millones de kilos de cítricos, alrededor de 200.000 litros de aceite de

oliva y aproximadamente dos millones de kilos de cereales.

En producciones ganaderas, la oferta en el mercado incluye unas 145.000 docenas de huevos al año, 12.000 kilos de carne de pollo, más de un millón de litros de leche de vaca y 20.000 kilos de miel, entre otras producciones.

No hay que olvidar que el material de base que tiene nuestro país para afrontar el reto de los productos biológicos es de gran valía. De entrada, España cuenta con las posibilidades que ofrecen las amplias zonas tradicionales de agricultura extensiva, así como el material genético existente en razas autóctonas, entre las que se incluyen 17 razas vacunas, 18 ovinas y 10 caprinas. Además, somos ricos en variedades vegetales, perfectamente adaptadas al medio natural y que con un aprovechamiento racional pueden dar lugar a un negocio floreciente y desde luego muy sano.

Durante los últimos años avispadados y convencidos de la agricultura ecológica se han lanzado a un mercado en expansión, creando nuevas empresas especializadas, tanto para atender la demanda nacional como la que nos viene de fuera. El valor anual de las exportaciones supera los 350 millones de pesetas.

BUENOS PARA LA SALUD

Los defensores a ultranza de este tipo de agricultura y ganadería consideran que las ventajas ya apuntadas -protección del medio ambiente, saludables para el productor y el consumidor y calidad comprobada- son un buen pasaporte para poder arrasar en los mercados de los países desarrollados. Sin embargo, existe algún inconveniente que hay que destacar, empezando por el precio. Al ser productos de elaboración más cuidada, los costes son mayores y esto repercute en la bolsa de la compra. Su elaboración requiere más mano de obra y de este modo, aunque se puede considerar bueno para reducir los niveles de desempleo, se produce un encarecimiento del producto.



COMPROMISO DE CALIDAD



DC **DRAGADOS**
Y CONSTRUCCIONES, S.A.

P.º Alameda de Osuna, 50 - 28042 MADRID - Tel. 91/583 30 00 - Fax. 91/742 77 53

Pero uno de los factores fundamentales para que estos alimentos no se asienten definitivamente en el mercado es el aspecto menos atractivo que los productos encuadrados dentro de la agricultura ecológica ofrecen a los compradores. Si en un supermercado se observa una caja de manzanas todas iguales, al punto de parecer clónicas, seguro que no son ecológicas. Estarán correctamente normalizadas en calibre y categoría, pero no están producidas sin productos químicos. Las frutas ecológicas son una pequeña obra de artesanía y por lo tanto cada una de ellas no suele parecerse a ninguna otra.

Como ya hemos dicho, el gran escollo que tienen que superar los alimentos ecológicos es el del precio. La calidad está asegurada, pero a un precio algo superior que el de los productos convencionales. Cuando el comprador se acerca al supermercado se puede encontrar con que una docena de huevos "normales" cuesta 220 pesetas, pero si los quiere ecológicos tiene que pagar aproximadamente 260 pesetas. Otro ejemplo, los aguacates recogidos en las explotaciones ecológicas pueden tener un precio de 180 pesetas por kilo, mientras que en plantación convencional su precio está en unas 130 pesetas.

Los consumidores europeos ya están acostumbrados, no les importa pagar un 15 o un 20 por ciento más si se trata de alimentos biológicos con garantía, como serían en España los que controla el Consejo Regulador, pero en nuestro país, las cosas están un poco más complicadas. Por un lado, la sensibilización en lo que se refiere a la alimentación ecológica

aún no está suficientemente avanzada. Parece que la gente se preocupa más de las bolsas o los aerosoles y menos de la comida. Por otro lado, los cauces de distribución aún no



están suficientemente asentados. La introducción de estos productos por los canales abiertos para los caprichos de los exquisitos es tan solo un primer paso, ahora tienen que distribuirse en los mercados y las grandes superficies, resaltando su calidad superior, pero no quedándose en las vitrinas de los "delicatessen".

Hace unos meses se celebró en Madrid una feria dedicada a las alternativas ecológicas en la que se podía encontrar todo tipo de productos de alimentación que deberían acceder a los cauces convencionales de distribución, si no quieren quedarse en la marginalidad.

"Biocultura 91", que es la feria a la que hacíamos mención, es una es-

pecie de popurrí donde se mezclan los distribuidores para España de productos biológicos elaborados fuera de nuestras fronteras, las organizaciones ecologistas y los artesanos

más diversos que mantienen una organización interna semejante a las comunas de los años sesenta. En sus stands igual se puede comprar un pan integral hecho por artesanos a la manera tradicional, como un generador de iones negativos, que se supone que restablecen el equilibrio eléctrico de las partículas suspendidas en el aire. Pero control, lo que se dice control de todo lo que allí se expone, no pacere que haya mucho. No se sabe muy bien por qué es más ecológico un sofá de los que allí se venden que otro de cualquier tienda de muebles, o por qué agrade menos el medio ambiente la bisutería que se expone en este lugar que la que se pudo comprar en el Rastro madrileño cada domingo.

ETIQUETAS VERDES PARA TODO

En el aspecto alimentario, las cosas están bastante claras, existe regulación española y comunitaria sobre el tema y hay un marchamo de calidad que puede ser comprobado por lo consumidores. En el caso de otro tipo de productos, cualquier desaprensivo puede autoimponerse el sello ecológico y el vacío normativo no va a impedir que lo haga.

A mediados del pasado mes de octubre se celebró en Madrid la reunión anual de la Organización Internacional de Normalización (ISO) que terminó sin acuerdos concretos para definir las características que calificarán como ecológicos a varios productos.





Este organismo agrupa a 90 países y se dedica a promover el desarrollo de reglas estándar en productos y servicios, relacionadas fundamentalmente con la calidad. Hasta ahora sólo se han articulado normas sobre algunos aspectos parciales y sus trabajos se concentran en tres productos: papel, pilas y detergentes.

Pero es tan complejo decir que es más o menos agresivo con el medio ambiente, que los técnicos andan al borde de la locura. En estos momentos proliferan las etiquetas que presumen de verdes como reclamo publicitario, sin que estén técnicamente avalados por criterios científicamente comprobados.

Cualquier normativa sobre este tema tiene necesariamente que abarcar todo tipo de fases de la producción de un producto, desde la obtención de materia prima hasta los residuos que genera. A ver quién define que es más ecológico, si utilizar papel reciclado o papel normal blanqueado. La contestación parece sencilla pero no es tan fácil. De entrada todo el mundo piensa que si se talan menos

árboles, pues es evidentemente mucho mejor, la opción es el papel reciclado. Pero, para reciclar papel el consumo de energía y de agua es tan elevado que a veces la elección no es tan sencilla. A partir de un cierto tanto por ciento de mezcla entre pasta reciclada y pasta virgen, el aumentar las cantidades de papel usado ya no es conveniente, entre otras cosas porque se emite tal cantidad de azufre, que nos cargamos el aire que respiramos.

Algunos países ya han comenzado a trabajar por su cuenta y riesgo. Suecia es, de momento, el más avanzado en la normalización y certificación de productos verdes. Alemania también cuenta desde hace una década con el llamado "Blau Engel", etiqueta ecológica que concede un organismo independiente y que sirve para avalar artículos de consumo que no son agresivos con el medio ambiente. El criterio para la concesión de estos "ángeles azules" es un tanto flexible, no está basado en todo el proceso productivo, sino que hasta el momento han actuado con una cierta manga ancha y se han otorgado los distintivos a productos que tengan

algo ecológico en su fabricación. Una bicicleta puede conseguir el sello verde alemán por estar pintada con pintura ecológica, pero no se cuestiona la aleación metálica de las barras, ni el material de las ruedas.

También los británicos han hecho sus pinitos en este terreno. Las grandes cadenas de hipermercados han puesto la calificación verde a algunos productos aunque más parece un condicionamiento de marketing que una rigurosa determinación científica. En julio de 1989 el número de productos que habían conseguido el ángel azul era de 3.100 y abarcaban 57 grupos diferentes.

Otros países comunitarios como Dinamarca, Francia, Irlanda y los Países Bajos también se han planteado hacer un etiquetado específico. Ante esta avalancha de posibles etiquetas y para que no existan diferentes criterios y logotipos ante la existencia del muy cercano mercado único, la Comunidad Europea está trabajando duramente sobre este asunto y la primera dificultad con la que se ha encontrado es la de decidir quién va a tener facultades para dar el futuro distintivo verde. Las opiniones de la mayoría se decantan por una Comisión creada al efecto con un equipo técnico interdisciplinar que actúe en cada país, para dar este marchamo de calidad a los productos del club de los Doce.

Tras varias discusiones, los comunitarios organizaron varios grupos de trabajo, para ver como se podrían delimitar las condiciones generales para conceder el ecotiquetado. Debido a la extrema complejidad para crear criterios comunes con objetividad y apoyo científico, estos grupos de trabajo se han encargado por separado de cinco productos diferentes y en algunos casos ya han presentado sus conclusiones que a título indicativo pueden ir aclarando el embrollado panorama.

Bajo la dirección del Reino Unido, se sentaron a puerta cerrada los encargados de poner condiciones ecológicas a un electrodoméstico de uso habitual en todas las casas de los países desarrollados: la lavadora. Se comprobaron todos y cada uno de los componentes

de estos aparatos tan cotidianos, desde la dinámica de los bombos, al gasto de energía y agua. Y la tremenda conclusión a la que han llegado, observando el proceso global de producción, es que en el mercado tan solo hay un modelo de una marca, alemana por más señas, que podría reunir las condiciones suficientemente óptimas para conseguir la etiqueta ecológica. Los demás modelos del resto de fabricantes no dan la talla.

Hay quien opina que han sido demasiado rígidos a la hora de poner exigencias, pero los ecologistas puros consideran que aún les ha quedado una parte del problema sin resolver. No se sabe que hacer con los aparatos que ya no se utilizan, ya sea porque están estropeados o porque se retiran de uso. Ese enorme montón de basura chatarra, puede perdurar, ya que nadie quiere reciclar piezas, ni reutilizar mecanismos.

Otra de las comisiones que ya se han constituido ha sido la dedicada al papel. En este caso ha sido Dinamarca el país coordinador de los trabajos y los expertos lo primero que tuvieron que hacer es delimitar que solo iban a hablar de papel tissu, prensa y de fotocopias, ya que el proceso de fabricación, los colorantes y las materias primas podían tener una cierta similitud. Y continúan trabajando.

También se crearon grupos para pinturas y embalajes y es posible, que próximamente y bajo coordinación española se organice otra comisión para debatir el futuro de las pilas.

Por último, se organizaron una serie de reuniones para tratar el tan controvertido tema de los detergentes. En este punto, todos los países coincidían en señalar que la utilización de fosfatos es nefasta para las aguas que se vierten en los ríos y mares, porque se produce un fenómeno denominado eutrofización en los fondos por el que se abonan las tierras y la vegetación acuática experimenta un crecimiento inusitado, produciendo una tremenda falta de oxígeno que lleva a la asfixia a la fauna piscícola y terminan cegando los cauces de los ríos y los pantanos. Los franceses pusieron sobre la

mesa la gran incógnita que ellos mismo no han resuelto: es verdad que los fosfatos son nocivos, pero ¿se puede declarar ecológico un detergente por no llevarlos?, y el resto de componentes químicos de limpieza y blanqueo que utilizan ¿son inocuos?. Nadie lo sabe a ciencia cierta.

Porque además de fosfatos, los detergentes también incluyen otros componentes que pueden ser nocivos como endurecedores, tensoactivos, blanqueadores y enzimas. En el caso de los endurecedores, hay que destacar los del tipo NTA, que una vez incorporados a las aguas residuales liberan metales pesados. Los blanqueadores como el perborato producen en las aguas residuales contaminación por boro y luego están los suavizantes, que disminuyen la fertilidad de las tierras de cultivo.

ECOTIQUETADO COMUNITARIO

Con todos estos datos, la Comisión Europea anunció al Consejo de Ministros de Medio Ambiente y al Parlamento que estaba dispuesta a realizar un Reglamento para concesión de etiquetas ecológicas para poder dar soluciones concretas a los consumidores comunitarios que están preocupados por los problemas medioambientales, integrando este ecotiquetado en un plan de información global. Y teniendo en cuenta la tecnología más avanzada, se han puesto manos a la obra y ya se han redactado varios borradores de Reglamento.

Los objetivos principales de este plan de ecotiquetado son estimular a las empresas para que fabriquen productos menos dañinos y proporcionar información al consumidor. La concesión de la etiqueta verde europea será una señal inequívoca de que dicho producto es de gran calidad desde el punto de vista medioambiental. Por lo tanto, los legisladores esperan que los consumidores prefieran productos verdes con garantía y los fabricantes se apunten a este plan voluntario que daría prestigio a sus productos de consumo. Con este

planteamiento para todo el territorio comunitario se evitará la confusión que puede crear el que exista un número excesivo de planes nacionales y la normalización de criterios para la toma de decisiones. Su aplicación será de forma simultánea en todos los estados miembros.

En el futuro Reglamento está previsto no incluir algunos grupos específicos de productos como son los alimenticios o los farmacéuticos, porque ya tienen una legislación propia. Los merecedores de este distintivo, además de tener las cualidades medioambientales que marque su propia normativa, tendrán que cumplir escrupulosamente las normas sanitarias y las empresas tendrán que estar con el ajuste perfecto a la legislación comunitaria en vigor para la conservación de la naturaleza y el respeto por el medio ambiente.

Este plan de etiquetado va a tener en cuenta las propiedades de los productos en todas sus fases, tanto durante la producción, como en la utilización y eliminación, de este modo se quiere garantizar la credibilidad de este distintivo para que consiga en el menor tiempo posible un elevado valor comercial.

Con este Reglamento en la mano cualquier fabricante podrá solicitar la etiqueta verde aportando la documentación correspondiente y dejando el control para los expertos comunitarios. Las organizaciones ecologistas y de consumidores van a participar de forma activa en los consejos asesores, de tal manera que nadie que pueda estar interesado en esta materia se quede al margen.

En el momento en que el Reglamento entre en vigor, los consumidores y también los industriales estaremos de enhorabuena. Al fin, tendremos en los comercios un criterio fiable para poder llevar a nuestras casas todo tipo de chismes que sean inocuos para la salud del planeta. De momento, el logotipo ya está diseñado es un sol con unas estrellas y según los técnicos estará puesto en lugar visible para que los compradores no se confundan.



EL PLACER DEL TURISMO RURAL

El sector turístico, en plena crisis, también ha decidido hacerse ecológico. Dentro del Plan de Competitividad y Modernización del Turismo en España se han dado dos criterios básicos para el resurgimiento de este sector. El primero es el de la oferta de calidad y mejor servicio a los usuarios y el segundo que el cuidado y la conservación de los habitats y el respeto por el entorno es la mejor manera de atraer a los turistas.

El turismo rural es una noción muy amplia que abarca desde la clásica convivencia con una familia en una casa rural, hasta la organización de actividades relacionadas por el deporte en contacto con la naturaleza. Agencias de viajes con carácter "alternativo" han sacado al mercado ofertas que además de ser más asequibles al bolsillo de los viajeros, potencian el carácter aventurero de los que son más arriesgados o de los que quieren desconectar totalmente con el confort de las ciudades. La idea ha tenido éxito y en este momento se puede viajar como un trotamundos a cualquier parte con mochila y todoterreno.

En los países desarrollados se ha configurado una alternativa para los amantes de la soledad y el aire puro. Visitar zonas protegidas a caballo, bajar gargantas de río en pequeñas barcas a remo, vivir en caseríos en plena montaña y hacer cursillos de navegación a vela viviendo a las orillas del mar en barracones a veces no muy bien acondicionados está ya a la orden del día. Se diseñan rutas turísticas singulares y atractivas para observación y conocimiento de los animales y las plantas autóctonas que tienen gran aceptación entre los habitantes de las grandes ciudades.

En España, varias Comunidades Autónomas han puesto en marcha alternativas al turismo convencional. Casas de labranza para alquilar o compartir y edificios rurales restaurados son la nueva oferta que el País



Vasco, Andalucía, Madrid y Asturias entre otras, ponen a disposición de los que quieren conocer en profundidad la naturaleza de nuestro país.

Independientemente de otro tipo de ayudas, la antigua Secretaria General de Turismo, durante los años 1984 y 85 concedió casi 100 millones de pesetas a fondo perdido para proyectos que pretendían lanzar una oferta turística diferente insertada en el medio rural que además de plantear alojamiento turístico, incluyera programas de animación relacionados con las costumbres, tradiciones y entorno natural de la zona.

En definitiva, este turismo puede conseguir el relanzamiento de la economía de zonas deprimidas, la salvaguarda de su patrimonio cultural y ecológico a la vez que es una maravillosa oportunidad para conocer los sitios más recónditos de nuestro país.

Las grandes aberraciones urbanísticas en zonas de turismo agresivo ya no tienen futuro. En la mente de todos está el famoso proyecto "Costa Doñana" que pretendía llenar de chalets una zona cercana al Parque Nacional de Doñana. Gracias a la

movilización de diferentes sectores y a la decisión de las Administraciones está paralizado. Los Parques Nacionales son un patrimonio insustituible y solo la práctica de un turismo "blando" puede no condicionar la conservación de estas islas de naturaleza en buenas condiciones.

MAS Y MAS VERDES

Muchos más sectores se incorporan a esta tendencia ecológica porque saben que así apunta el futuro para vender y también para vivir en un mundo mejor. Sin ir más lejos, en los catálogos de las grandes fabricas de papel ya se puede encontrar papel reciclado. Las industrias del automóvil ajustan sus modelos para que utilicen gasolina sin plomo e incluso ponen en el mercado coches con motores que no contaminan.

Los departamentos de investigación y desarrollo de estas industrias están volcados en buscar sistemas propulsores no contaminantes, ya que la mayoría de los países europeos castiga severamente las emanaciones de gases contaminantes.

Los tres agentes que se consideran

más nocivos son el monóxido de carbono, el óxido de nitrógeno y los hidrocarburos, todos ellos expulsados con los gases por los tubos de escape de los vehículos. El primer elemento que salió al mercado fue el catalizador y terminará siendo de uso obligatorio en casi todo el mundo. Este aparatillo, permite obtener a partir de 300 grados la combustión de óxido de nitrógeno, siempre que el funcionamiento se haga con una relación precisa de aire y gasolina.

Pero la solución más correcta para eliminar elementos contaminantes es el motor eléctrico, que no desprende ninguna impureza. Un grupo de fabricantes ha diseñado un plan muy ambicioso para realizar un proyecto de un automóvil eléctrico que más pronto o más tarde terminará en el mercado. El asunto

aún se encuentra con algunas limitaciones. La más importante es la de la batería que deben utilizar estos vehículos. La ideal debería ser poderosa para poder acelerar, energética para tener autonomía y de vida prolongada. No hay todavía ninguna que tenga todas las cualidades, pero las investigaciones siguen su curso.

En España ha salido a la luz pública un invento ingenioso que puede dar dinero y conseguir ofrecer un servicio público. Llamando a un número de teléfono se obtiene información gratuita sobre ecología y empresas que fabrican objetos que sean respetuosos con el medio ambiente. Se llama el teléfono verde y funciona desde el mes de octubre. Se puede pedir información sobre vacaciones verdes, sobre las especies

en peligro de extinción o sobre los fabricantes de paneles de energía solar.

Los Ministros de Medio Ambiente de la CE intentan llegar a un acuerdo sobre el denominado "impuesto ecológico" que debería ser pagado por la utilización de calefacción, gasóleo y transporte. También deberán pagar los que contribuyan a aumentar el efecto invernadero con sus emisiones de CO₂ en la atmósfera.

El mensaje es muy sencillo. El que contamina, paga. Y así están las cosas. La ecología es un valor en alza y se asienta en nuestras vidas como una tendencia de calidad que beneficia a todos los seres vivos y sobre todo a los humanos.

ROSA PRADAS

Es periodista, experta en ecología y medio ambiente.



Central de Productos Biológicos, S.A.



Productos garantizados por la Asociación Vida Sana. Aavales de Garantía «Producto Natural» y «Producto Biológico», establecidos en 1975 y reconocidos internacionalmente

Para una alimentación de auténtica calidad

Le ofrecemos una completa línea de 250 productos naturales y de cultivo biológico controlado

Así como productos para el cuidado personal y de uso doméstico que colaboran a la mejora de la calidad de vida.

**Para servir al consumidor alternativo, exigente
Un prestigio para su establecimiento**



Ctra. de Sabadell a Granollers, km. 12,750, n.º 3 - 08185 Lliçà de Vall (Barcelona) - Tel. (93) 843 65 17 - Fax. (93) 843 96 00

CIUDADANO VERDE

La destrucción del planeta sigue su curso y a todos nos resulta muy fácil echar la culpa a las grandes multinacionales, a los políticos y al sistema de vida. Sin quitar responsabilidades a los que controlan el poder político y económico, a los que quieren ganar dinero a costa de cualquier cosa, hay muchas personas que piensan que les falta información para cambiar su estilo de vida y dar su pequeña aportación a la conservación de la Tierra. Aunque no lo queramos reconocer el derroche perjudica a nuestro entorno y cada acción que realizamos puede afectar en forma negativa o positiva al medio ambiente.

Desde estas páginas y con un poco de sentido común, vamos a intentar dar algunos consejos que con un marcado carácter práctico sirvan para que el ciudadano medio no se encoja de hombros ante la pregunta y usted ¿qué puede hacer para ayudar a proteger el planeta?.

El que siga esta guía, a través de acciones cotidianas contaminará mucho menos. No se esconda tras la ignorancia, ayude un poco y seguro que se siente íntimamente recompensado y satisfecho. Hay que actuar y pensar de manera ecológica.

CON EL AGUA NO SE JUEGA

El agua es un bien escaso. Como ya hemos visto, mientras que el 80 por ciento del agua que se utiliza en los países desarrollados es para cosas tan accesorias como regar, más de dos mil millones de personas no tienen agua potable. Además las aguas domésticas de los países ricos corren llenas de elementos contaminantes. Hace años los jabones eran de grasa animal y vegetal, pero ahora la mayoría tienen componentes químicos.

Lo primero que hay que hacer es no despilfarrar el agua: duchas rápidas, no dejar el grifo correr a lo tonto, cuidar esa gota que siempre se escapa por tener mal ajustadas las juntas, no tirar de la cadena de la cisterna sin motivo justificado, no lavar el coche cada semana y mil cosas más que solo sentándose a pensar se nos pueden ocurrir.

En el tema de la contaminación es preferible usar pastillas de jabón de las de toda la vida, que los nuevos detergentes, mas sofisticados. No hay que abusar de la lejía, porque rompe el equilibrio bacteriano de las aguas residuales. Hay líneas de productos limpiadores especialmente respetuosos con la naturaleza, búsquelos en las droguerías y en los hipermercados.

Los aceites y pinturas al tirarse por los desagües forman una película que impide el na-

tural intercambio de gases y así se corta la vida de los microorganismos. La pasión por la limpieza puede ser muy perjudicial bajo este punto de vista. Piénselo bien antes de comprar un superlimpiador, no solo su dinero está en juego.

EL COSTE DE LA ENERGIA

Todos podemos pensar que sale muy caro el recibo de la luz o que la gasolina está por las nubes. Pero por qué no pensamos en el coste adicional: las centrales térmicas producen lluvia ácida, los reactores nucleares pueden tener fugas radioactivas y los combustibles fósiles como el carbón y el petróleo son la causa principal del calentamiento de la atmósfera por el efecto invernadero.

Ahorrar energía no es bueno solo para nuestros bolsillos, sino también para nuestras vidas. La mitad de la energía se va por las rendijas de las casas, evidentemente hay que taparlas. Hay aparatos domésticos eléctricos que pueden ser sustituidos por los manuales sin demasiado esfuerzo. No deje las luces encendidas sin necesidad y no tenga la calefacción a tope, porque a veces le obliga a abrir las ventanas con la consiguiente pérdida de energía.

Hay electrodomésticos que ya vienen con

indicaciones para consumir menos energía. Si los coches más "limpios" aún no han salido al mercado, al menos podemos usar la gasolina sin plomo, algo es algo.

Y un montón de cosillas más: si pone alfombras se escapa menos el calor, si se usa olla a presión se gasta menos energía al cocinar, si se pone la lavadora con agua fría se consume menos electricidad. ¿a qué es muy fácil? Solo un poco de orden y otro poco de interés pueden terminar haciendo milagros.

SEPARAR LOS RESIDUOS

Hay superabundancia y lo que molesta, se queda viejo o pasa de moda, se tira. Sería mejor arreglarlo. Pero si hay que tirar cosas, por lo menos que sea en su sitio, porque cada vez está más claro que la basura también tiene sus categorías.

Al comprar es preferible no coger botellas de un solo uso o envases de plástico y metálico que no son reciclables. Es mejor bajar al mercado con una bolsa propia a ir acumulando las de plástico que luego no van a ser biodegradables y así el suma y sigue.

Se producen todos los días cuatro millones de toneladas de residuos sólidos. En España se generan aproximadamente un kilo por per-



sona. Hay que restringir el consumo de envases y a la vez reutilizar cosas que con un poco de interés pueden seguir siendo útiles. Las estadísticas advierten que la mitad de los residuos de las grandes ciudades tienen su origen en el empaquetado de los productos y el reciclaje es muy caro. Las cifras que se barajan son de más de mil pesetas por cada tonelada de basura.

Un asunto curioso ha sido el de los aerosoles. De un tiempo a esta parte, han desaparecido los que utilizan CFC debido a la presión de los científicos y de los consumidores. En 1988, más del 35 por ciento de los 200 millones de aerosoles fabricados en España usaban clorofluorocarburos como propelente. Para finales de este año casi el cien por cien estarán libres. La fina capa de ozono situada aproximadamente a 20 kilómetros por encima de nosotros protege la vida terrestre de la radiación ultravioleta del sol. Su desaparición podría alterar todo el clima mundial. El CFC es uno de los causantes de este desastre ecológico. Pero si nos esmeramos, en vez de usar aerosoles, podríamos utilizar vaporizadores.

Los ayuntamientos de algunas ciudades han puesto en las calles contenedores diferentes para que los ciudadanos separemos nuestra basura. En Madrid, por ejemplo, ya hay muchos barrios que tienen unos recipientes especiales para vidrios y ahora empiezan a in-

troducirse los de papel y cartón. Merece la pena tardar un poco más y que cada basura vaya a su sitio.

Y los trastos grandes que nos sobran, no deben dejarse en medio de la calle o en un descampado en las afueras de las ciudades o pueblos, porque convertiremos los espacios sin urbanizar en enormes vertederos. Mejor llamar a algunas cooperativas de las que se dedican a la recogida de material inservibles. Ellos no solo la recogen de nuestras casas, sino que además viven de ello.

En Pamplona y Barcelona ya se reciclan los plásticos. Es una buena idea para ser incluida en los programas electorales de los futuros candidatos a las alcaldías.

En Estados Unidos se consume proporcionalmente el doble de papel y cristal que en los países europeos y tan solo se recicla la mitad. En Nueva York han puesto en marcha un nuevo negocio de reciclaje de envases. Son los vagabundos los que recogen las latas, bolsas, botellas y paquetes de cartón, para luego venderlos a las grandes empresas de reciclado, de este modo se ganan alguna dinerillo. La verdad es que el asunto puede ser novedoso en Nueva York, pero en España ha sido tradicional que los niños sacaran las propinas vendiendo papel de periódico o llevando los cascos de botellas usados a las bodegas.

COMER CON GARANTIAS

El tema de la alimentación es mucho más fácil. Ahí donde vea el sello del Consejo Regulador de Agricultura Ecológica (CRAE) tiene la seguridad de que no se utiliza ninguna sustancia de síntesis en su producción.

Por otro lado, en los supermercados cada vez se encuentran más alimentos integrales y estos cereales que no se han sometido a un proceso industrial son muy buenos para el organismo.

Pero no hay que olvidar cosas como que los pescados pequeños son alevines y por lo tanto están protegidos por la Ley. Los pajaritos también tienen protección especial. Hace dos años hubo una campaña internacional de las organizaciones ecologistas denominada "salvar las aves" para concienciar a todos los consumidores. Dar con un tirachinas a un pequeño pájaro es un delito.

OCIO CONSTRUCTIVO

Ya hemos hablado del turismo verde y de las alternativas que ofrecen los lugares que estando bien conservados no tienen la presión humana de los grandes centros vacacionales. De todas formas, no está de más recordar algunas cosas. La basura no se deja en cualquier sitio, se tira en las papeleras. No se debe hacer fuego en el monte cuando llega la época de calor, está estrictamente prohibido. No se dedique a cortar flores protegidas, ni a cazar o pescar de forma ilegal. Cuidado con las colecciones de animales y plantas. Es más bonito ver mariposas volando que en una caja. Los endemismos autóctonos se fotografian, pero no se arrancan.

En lo que se refiere al coche, además de usar gasolina sin plomo, puede utilizar algún aditivo ecológico para que mejore la combustión y acoplar un catalizador que así se contamina menos. Haga la revisión al coche cuando sea necesario, un motor bien ajustado gasta y ensucia menos. Evidentemente, no lave el coche en las orillas de los ríos, llévelo a un lavacoches así da trabajo a la gente y no guarrea los cauces fluviales. Y por supuesto, no cambie el aceite fuera de los talleres de reparación o de las gasolineras. Ellos recogen este aceite y si hacen lo que deben, lo depositan en unos contenedores especiales para ser almacenados sin estropear la tierra.

NO ES VERDE TODO LO QUE SE ANUNCIA

No debemos deslumbrarnos porque el consumo ecológico sea una moda. Las modas son efímeras. La conciencia ecológica debe ser una tendencia y consolidarse como tal. Por ello, se debe recelar de las compañías e



industrias que buscan simplemente adecentar su imagen, introduciendo palabras que no reflejan la verdad de su oferta, o de las que hacen pequeños cambios en su producción para poder usar adjetivos relacionados con la protección del medio ambiente.

Es inaudito, tal y como denuncian los ecologistas más radicales, que Hoechst sea el líder de la descontaminación de las aguas, Bayer se denomine defensor de la naturaleza y Henkel es el líder de los aerosoles sin CFC. También hay que reconocer que es mucho mejor para todos que el valor en alza de la ecología sea asumido por las grandes empresas que hasta ahora habían vuelto la espalda a estos temas. Cuantos más se suban al carro habrá una mayor oferta y los que se queden fuera serán señalados con el dedo y rechazados por la sociedad.

En este momento, las palabras mágicas son "natural" y "ecológico", los creativos publicitarios lo saben muy bien. Estos dos vocablos tienen el poder de hacer que el comprador deje de ser un caprichoso para convertirse en un ser responsable. El industrial, por su parte, pasa de ser un explotador contaminante, a un benefactor de la humanidad. Es una cirugía estética rápida, no dolorosa y muy rentable económicamente. En dos minutos somos buenos ciudadanos con un esfuerzo mínimo.

Analizamos juntos varios anuncios que hemos visto últimamente en la prensa. Algunos son encubridores de grandes desaguisados, otros cuentan tan solo una parte de lo que contienen y los más sinceros intentan abrirse paso en el mercado fabricando productos no contaminantes. Todos ellos usan el verde como reclamo publicitario.

Las entidades financieras ponen a disposición de sus clientes líneas de crédito ecológicas y lo anuncian en los medios de comunicación para que todo el mundo lo sepa. Recuerda un anuncio del Banco de Santander que decía: "estamos de acuerdo con la naturaleza". Se veía después el oso panda que representa a la asociación ecologista ADENA y el logotipo del banco. Este inserto publicitario nos decía que el que abre una cuenta corriente en esta entidad puede contribuir a la conservación de la naturaleza. Son migajas, pero puesto a elegir, a lo mejor merece la pena.

Las latas de bebida, que son indestructibles, también se han vuelto ecológicas. Antes se tiraba de la anilla y se soltaba de la lata,

ahora se quedan lata y anilla unidas. En nuestro país no hace mucho aparecieron anuncios como el que decía "Ahora las latas de Pepsi llevan una nueva anilla ecológica" y apostillaba a continuación "Así, de un tirón saldréis ganando tú y el medio ambiente". También Kas anunció las anillas abatibles con un "Si te preocupa el medio ambiente, tira de la anilla". De las 380.000 toneladas de hojalata que desechan los españoles, el 18 por ciento son latas de refrescos. En Dinamarca, en vista del montón de latas que se iban acumulando, ya han prohibido este tipo de envases.

El deterioro de la capa de ozono dio lugar al cambio de los aerosoles. Al comprar podemos ver que ya presumen todos de estar sin CFC. La prensa reflejó esta batalla ganada por los consumidores más conscientes en anuncios como los de Johnson, que después de contribuir al deterioro del ozono, se decidió a cambiar el propelente nocivo por otro inocuo. Decía en grandes "Nos preocupa" y luego "no contiene propelentes que se supongan perjudiciales al ozono". Ya en letras más pequeña daba toda una explicación sobre su preocupación por el medio ambiente. Realmente el consumidor paga entre 50 y 75 pesetas por un envase que luego se tira y que solo sirve para engordar la gran montaña de desperdicios indestructibles. Sería mucho mejor usar pulverizadores rellenables.

Los productos de limpieza han dado lugar a muchos anuncios relacionados con la preocupación ecológica. Persil, sobre un tambor verde y blanco tenía, un lema que decía "Calidad superior sin fosfatos", además sobre un fondo de árboles se podía leer "Por una limpieza radiante y un mejor medioambiente". En Francia esta campaña dio lugar a un gran escándalo al incluir la empresa Rhône Poulenc, principal fabricante de fosfatos, un anuncio en el que primero preguntaba "qué productos reemplazarán a los fosfatos en los detergentes?", para terminar afirmando, con una foto de peces muertos como fondo: "productos que amenazan la vida acuática".

Otros fabricantes, como Froggy de la empresa Bufalo, se toman más en serio el tema y lanzan a bombo y platillo su línea ecológica para todo la limpieza del hogar. Suprimen fosfatos e incorporan polvo de mármol, vinagre y productos biodegradables. Dos ranas nos cuentan desde el anuncio: "su hogar limpio" y "respetando la naturaleza".

Estos dos últimos meses ha aparecido un anuncio a doble página del grupo energético español ENDESA, que sobre una enorme hoja explica que "La naturaleza nos merece el máximo respeto" y en letra chica nos explica que invierten esfuerzo y recursos para producir energía más limpia que sirva para conservar la vida.

Siemens apuesta por reducir energía a pesar de ser una de las empresas que fabrican componentes para las centrales nucleares. Según su publicidad, toda Europa está preocupada por el derroche energético. Si compramos su línea de electrodomésticos reduciremos los gastos de energía. En el anuncio se incluye una foto de cada uno de los cuatro aparatos de uso más habitual: cocina, lavavajillas, frigorífico y lavadora con el ahorro que proporcionan los aparatos de esta empresa.

Los productos cosméticos son otro campo abierto a la sobreutilización de las palabras "natural" y "salud". Los laboratorios Alter que fabrican de todo, también han puesto en el mercado una línea de cosmética que se anuncia sin colorantes sintéticos y sin experimentar con animales. Con un gran lema que dice: "Cosmética Natural del Sr. Scheller" se incluyen once tarros de diferentes formas y tamaños que sirven para cosas como limpiar la cara o quitar las arrugas. Leche de pepinos, crema de zanahorias, aceite de almendras y jalea de eufrasia se ponen al servicio de los consumidores.

También la industria constructora se pone en la lista de los que utilizan materiales no destructivos aunque en ocasiones de forma un tanto ambigua. Hace unos días se publicó un anuncio de una empresa llamada DSM que escribía en letras grandes "Como fabricar madera tan fuerte como un árbol" y luego entre paréntesis "sin necesidad de destruir los bosques". Claro los que tienen interés en enterarse del método que se han inventado se leen el resto del texto. Hablan de maderas tropicales en peligro de extinción, de resinas para revestimiento que no sean tóxicas y dan su dirección.

En todo caso, sin perder el ojo crítico y la posición de alerta, bienvenidas sean estas iniciativas y esta publicidad que nos demuestra que el que no sea respetuoso con la naturaleza y el medio ambiente, tiene todas las de perder en el mundo en el que nos ha tocado vivir. Desarrollo sí, pero que sea sostenido. ■