

entrevista

Joan Rieradevall i Pons

Investigador principal del Instituto de Ciencia y Tecnología Ambiental (ICTA), en la Universidad Autónoma de Barcelona

“Los consumidores son clave porque controlan tres etapas de la vida de un producto: la compra, el uso y el desecho”



¿El ecodiseño se va implantando a un ritmo adecuado?

Implantando, sí. A un ritmo adecuado, no. Es decir, hay determinados sectores que están introduciendo el ecodiseño en envases, automoción o electrodomésticos, porque hay directivas europeas que promueven el cierre del ciclo. Por ejemplo, en automoción, la directiva europea sobre vehículos fuera de uso hace responsables a los productores de automóviles de sus coches al final del uso por los consumidores. Claro, si hacen un coche difícilmente desmontable y con materiales difícilmente reciclables, la gestión final les va a costar muchísimo dinero. Por eso las empresas de automoción tienen que pensar ya también en ciclo de vida. Si no

hacen nada, pueden continuar, pero el coste de desmontarlo y de la gestión de este coche será altísimo, repercutirá en su precio y, por tanto, será poco competitivo.

¿Qué tipo de productos encajan mejor en esta metodología?

Todos. Todo se puede mejorar ambientalmente. Hay un libro blanco, un libro europeo que se llama la Política Integrada de Producto, la IPP. Es un nuevo documento marco, una recomendación para incorporar ecodiseño en todos los productos. Supone un cambio de visión ambiental, que muestra cómo hacer los productos y los servicios mejor para generar menos residuos y emisiones a la atmósfera, para consumir menos energía y materiales... Es muy importante pensar en el ciclo de vida completo, para hacer las cosas mejor desde el inicio y no tener después que gastar tanto tiempo, dinero y energía en tratar los problemas. Pero todavía no lo hacemos. Nuestros profesionales, ingenieros, químicos, economistas, todavía piensan linealmente, en hacer diana, hacer productos que se vendan en el mercado, pero no que vuelvan, no cierran ciclos.

¿Los servicios pueden también ecodiseñarse?

Es un sector fundamental, que apenas se ha estudiado desde el punto de vista del ecodiseño. Pero los servicios son el tapado. La percepción de la gente es que lo problemático son los aparatos, por eso en los servicios hay menos control. Hay una nueva disciplina, que está llevando mi grupo de investigación Sostenipra, en el ICTA, a la que llamamos Ecología de Servicios. Hace poco hicimos un estudio sobre el impacto ambiental de algo como es ir a ver una exposición de pintura y hemos visto qué impacto genera.



Y, ¿cuál es el resultado?

Pues, ocurre que para satisfacer las necesidades culturales de la ciudadanía, se realizan montajes efímeros, exposiciones temporales para las que se necesita madera, cables, focos, estructuras... Hemos encontrado que para una visita a una exposición temporal de un museo, y hemos visto bastantes, se consumen unos 15 litros de agua por visitante, porque los lavabos no eran eficientes. Además, se genera un kilo de residuos por visitante, del montaje y desmontaje de la exposición, los trípticos, papel, información... Y se necesita 1 kilovatio hora de electricidad, para ver una cosa tan inocente como una exposición. Claro, como se piensa que es inocente, nadie lo mejora. Nadie va a un museo nacional o a una sala de exposiciones y dice: "¿Ustedes están usando luces eficientes?". La respuesta sería: "Oiga, usted, que yo no soy una industria". Esto es un ejemplo. Hace poco hemos publicado el libro "Prevención de reciclaje de residuos en ferias. Arquitectura efímera", en el que decimos cómo hacer estos montajes efímeros mejor. Simplemente usando materiales que sean fácilmente desmontables, reutilizables y reciclables, estudiando cómo reutilizar parte de los materiales para otra exposición. Se va a ahorrar muchísimo dinero.

¿Qué aporta el ecodiseño a las empresas?

Además de mejorar el medio ambiente, el ecodiseño facilita reducir costes a una empresa. Es como los niños que no quieren probar una cosa nueva y luego les encanta. Cuando las empresas lo prueban, lo ven claro: "¿Qué hemos estado haciendo? hemos despilfarrado recursos, nos ponen multas, pagamos más dinero de recogida de residuos y encima ganamos menos dinero, ¿qué hacemos?"

¿Cuánto puede llegar a abaratar un producto el ecodiseño?

Depende de los casos. Un ejemplo real: Un envase para transportar una lámpara de pie. Un empresa de prestigio nacional nos hizo un encargo y le ecodiseñamos un envase, en el marco del Programa Catalán de Ecodiseño, utilizando materiales menos impactantes y reduciendo volumen de estructura, lo que minimiza costes en el transporte. Con varias mejoras redujimos el coste a la mitad y en vez de seis euros, el embalaje costaba tres. Esto no quiere decir que todo se pueda reducir en un 50 por ciento, puede que en otros sea sólo un 10 y otros un 90.

¿Qué hace falta para que avance el ecodiseño?

Un cambio de mentalidad. Normalmente, los diseñadores trabajan con criterios económicos o de

usabilidad, pero muy pocas veces incorporando variables ambientales. Poquísimas. En Alemania tienen la ecoetiqueta ángel azul unos 20.000 productos. En España, si juntamos la ecoetiqueta española AENOR más el garantía de calidad ambiental catalana, las dos juntas, no llegan a 300 productos. Estamos muy por debajo porque todavía no estamos haciendo los deberes.

¿Es partidario de que exista una etiqueta que acredite que ha sido ecodiseñado?

Sí, es una forma de verificar que se está haciendo algo. Y muy importante: distingue y premia a las empresas. Además permite rápidamente detectar qué productos son ambientalmente mejores, lo que es fundamental para el consumidor, ya que no todos tienen la misma formación y necesitan facilidades.

¿Qué papel tienen los consumidores para que avance el ecodiseño?

Los consumidores son clave porque controlan tres etapas de la vida de un producto. Ciertamente que no controla los materiales que se van a emplear en fabricar una nevera, ni el proceso de fabricación, ni cómo transportan esta nevera desde la fábrica hasta la tienda. Pero sí controla el momento de comprar. Además, controla también la etapa de uso, si hace las descongelaciones correctas, si la llena adecuadamente. Y la etapa de desecho, puede llevarla a un punto verde para que sea desmontada y reciclada, regalarla a una ONG para que la reutilice, o tirarla en algún paraje alejado en una carretera con poco tránsito.

¿Cómo aumentar la oferta de productos ecodiseñados?

Quien puede jugar un papel importantísimo es la Administración, haciendo ella compra verde, dando ejemplo. No podemos estar fomentando una industria verde si después estos frutos no se compran y no podemos estar fomentando una compra verde si después el mercado no se desarrolla. El 20 por ciento de las cosas que se compran en la UE lo hace el sector público: ordenadores, alimentación, bombillas, pinturas, lapiceros, carpetas, coches, de todo, el 20 por ciento del PIB europeo. Si toda la administración pública comprara verde, si en el momento de la compra el sector público incorporara criterios ambientales, facilitaría que las empresas que lo están haciendo bien crezcan. Sólo por el uso, por la demanda, se puede potenciar la oferta.

Joan Rieradevall i Pons fue uno de los ponentes de la jornada técnica "Producción y consumo sostenible en la industria: Ecoeficiencia" (JT-1).