

# Pantallas de humo

Dos tercios de las marcas sometidas a nuestra investigación ética se han negado a que hiciéramos una visita a sus centros de producción. ¿Tienen algo que ocultar?

¡Qué paradoja! La industria de la “tecnología de la información y de la comunicación” no comunica mucho que digamos... Sólo 3 de las 10 marcas de nuestro análisis (Loewe, Panasonic y Pioneer) accedieron a recibirnos y a abrirnos las puertas de sus centros de montaje. Las otras prefirieron no recibirnos. Y la transparencia no se despacha rellenando un cuestionario, también hay que ofrecer los medios necesarios para verificar los objetivos marcados.

## La jungla electrónica

La señal que recibimos no es buena. Hablamos de un sector considerado por muchos como el líder de la globalización más dura.

Cuando analizamos la ética de los fabricantes de ordenadores portátiles y de teléfonos móviles, *Falta transparencia en la fabricación*, en OCU-CM n° 317 (julio 2007) y *La cara oculta de los móviles* en OCU-CM n° 315 (mayo 2007), visitamos fábricas de componentes electrónicos en China, Filipinas y Tailandia. Casi siempre los obreros trabajaban en condiciones lamentables y peligrosas para su salud. Con los televisores puede que ocurra lo mismo.

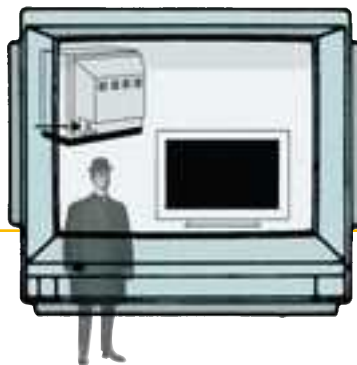
Las 500 piezas que componen un televisor de pantalla plana se montan principalmente en Europa, pero estos componentes (circuitos impresos, piezas de plástico, etc.) proceden casi siempre de fábricas asiáticas.



La opacidad generalizada que rodea la política de suministros y las supuestas exigencias sociales y medioambientales con respecto a los proveedores hacen pensar en graves deficiencias.

En las fábricas de montaje que hemos podido visitar con autorización, los trabajadores interinos (con menor protección social) eran moneda corriente. Y parecen escasear las medidas que garantizan los derechos sociales de los trabajadores.

En Philips, que nos negó el acceso a sus centros de producción, nuestras investigaciones dejan ver lagunas en las políticas de salud y seguridad de los obreros. Sólo Loewe se separa del resto.



Hemos investigado la responsabilidad social de 10 marcas de televisores. Nos hemos fijado en sus principios éticos y también en las condiciones de trabajo de sus empleados. Sin olvidarnos de las políticas específicas de los centros de montaje y de los proveedores, de las cuestiones sociales, que se refieren a las condiciones de trabajo (salarios, descansos, seguridad, etc.), y medioambientales. Los resultados de nuestra

## NUESTRA INVESTIGACIÓN

investigación proceden de las respuestas que las empresas nos han dado y también de las visitas de control. Hemos estado en las sedes europeas de estas marcas y también en uno o más centros de producción donde se fabricaban modelos en venta en el primer semestre de 2008. Las 6 marcas que no han permitido nuestra visita han sido penalizadas, pues no se ha podido comprobar la aplicación de sus políticas sociales.

## Materiales menos tóxicos

En la toxicidad de los residuos electrónicos las marcas salen mejor paradas, gracias a dos directivas europeas: la RoHS, que prohíbe la venta en la Unión Europea de equipos electrónicos y eléctricos que contengan metales pesados peligrosos, y la directiva WEEE, que obliga a los fabricantes a gestionar los residuos de estos equipos al final de su vida útil. Ambas directivas han sido traspuestas en España al Real Decreto RAEE. Los fabricantes, para cumplir con esta obligación, incluyen el coste de la gestión de los residuos en el precio de venta al público de sus productos.

Pero una cosa es la ley y otra la realidad. Aunque ha habido progresos por parte de los productores y de las Administraciones públicas, los residuos no paran de crecer y la legislación se ha quedado corta: el control sobre la calidad del procesamiento de residuos es insuficiente, y aún hay sustancias indeseables, pero autorizadas, que pueden aparecer en productos nuevos.

En Europa generamos 8,7 millones de toneladas de residuos electrónicos anuales, pero apenas se recicla un 25%, y no siempre se hace aquí.

## Consumo en alza

Sabemos por nuestros análisis que las pantallas de plasma consumen más que las LCD y también que hay grandes diferencias de un modelo a otro.

Según la Comisión Europea, si los fabricantes no mejoran sus televisores, el consumo global de energía de estos aparatos aumentará un 115% de aquí al año 2020. La introducción de las clases energéticas podría rebajar la cifra de consumo en un 85%.

En opinión de la OCU, es una necesidad para luchar contra el cambio climático y, además, facilitará a los consumidores la elección en la compra.

## Y basura para África

En los accesos de Acra (Ghana), que acogía el verano pasado a los expertos del cambio climático, las columnas de humo negras se elevan hacia el cielo. Salen de los vertederos ilegales, explica Mike Anane, presidente de la liga de periodistas medioambientales de Ghana. Toneladas de residuos electrónicos

## RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS FABRICANTES DE TELEVISORES

Marca	País de producción	Marca			Lugar de producción		Controles (1)		CALIFICACIÓN GLOBAL
		política ética general	política de empleo	informaciones éticas destinadas a los consumidores	política social	política medioambiental	en su sede central	en los lugares de producción	
Loewe	Alemania	+	+	□	+	+	sí	sí	+
Panasonic	República Checa	+	-	+	-	+	sí	sí	□
Pioneer	Reino Unido y España	+	●	-	□	+	sí	sí	□
Toshiba	Reino Unido y Polonia	+	-	+	□	+	sí	no*	-
Sony	Eslovaquia y España	+	●	-	-	-	no	no*	●
Sharp	Polonia y España	+	-	-	●	-	sí	no*	●
Philips	Francia, Hungría y Polonia	+	-	-	-	-	sí	no*	●
Samsung	Eslovaquia	+	●	●	●	-	no	no*	●
JVC	Reino Unido y Polonia	□	●	●	●	-	no	no*	●
LG	Polonia	□	●	-	●	-	no	no*	●

(1) Cuando no se permitieron los controles, se penalizó la calificación global de la marca. Se indica con un asterisco. Prácticas éticas: +: muy buenas; -: buenas; □: aceptables; -: insuficientes; ●: sin rastro de prácticas éticas.

venidos de Europa que expulsan allí mismo sustancias tóxicas, con total desprecio por el medio ambiente.

Las redes de exportación ilegales hacia los países en vías de desarrollo se multiplican. El tratamiento de los desechos es más barato, pero también mucho más rudimentario y peligroso. Otra práctica consiste en exportar, co-

mo donaciones, material inservible. Televisores antiguos, ordenadores o teléfonos móviles arriban a los puertos africanos, oficialmente, para venderse como material usado. Según una asociación que lucha contra esta exportación clandestina, el 75% de esta miserable carga ya no funciona cuando llega a África.

## MÁS RESPONSABILIDAD ECOLÓGICA

El medio ambiente sale mejor parado que las personas, aunque aún quede mucho camino por andar antes de que se fabriquen 'teles' más ecológicas. Ésta es, en resumen, la conclusión de nuestra investigación sobre la responsabilidad social de las marcas de televisores. Se muestran muy severas con sus proveedores y las sustancias usadas en la fabricación de los componentes, pero las prácticas sociales de las cadenas de producción escapan a su control la mayoría de las veces. La única excepción es Loewe, que consigue salir del paso. No es extraño que esta marca de alta categoría tenga precios más altos y opere todavía básicamente desde

Alemania. Aparte de los fabricantes de televisores, toda la industria tecnológica debería reforzar sus prácticas sociales, generalizando las auditorías independientes y regulares de todas las fábricas de la cadena de producción. En el aspecto medioambiental, los esfuerzos de los fabricantes de televisores deberían concentrarse en el 'ecodiseño', y también en los puntos de reciclaje que eligen. A este respecto, es urgente llenar el vacío legal existente en materia de exportación de desechos electrónicos, pues los vertederos clandestinos en los países en vías de desarrollo son auténticas bombas de relojería para la salud y el medio ambiente. ■