

SEGUIMIENTO LEGISLATIVO

PROYECTO DE LEY QUE PREVIENE Y SANCIONA EL ECOBLANQUEO O LAVADO VERDE DE IMAGEN

FICHA N° 2

Proyecto de Ley	Proyecto de ley que previene y sanciona el ecoblanqueo o lavado verde de imagen.
Cómo citar esta publicación	Programa en Derecho, Ambiente y Cambio Climático (DACC), Proyecto de ley que previene y sanciona el ecoblanqueo o lavado verde de imagen, Ficha N°2, Universidad de Concepción, Concepción, junio de 2023.
Boletín	15.044-12
Etapa	Primer trámite constitucional/Cámara de Diputados
Instancia	Sala Cámara de Diputados
Fecha de la sesión	06-06-2023
Tema	Se rindió informe por el diputado Félix González Gatica.
Enlace sesión	https://www.youtube.com/watch?v=bS5Bto8AWaw
Enlace tramitación	https://www.camara.cl/legislacion/ProyectosDeLey/tramitacion.aspx?prmID=15551&prmBOLETIN=15044-12
RESUMEN de la sesión	<p>TEMAS TRATADOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se rindió el informe de la Comisión de Medio Ambiente y Recursos Naturales. 2. Discusión general. <p>ACUERDOS DE LA SESIÓN: Votación pendiente.</p>
Detalle de la discusión	
<p>Tiene la palabra el diputado Félix González para rendir el informe de la Comisión de Medio Ambiente y Recursos Naturales, sobre el proyecto de ley en comento, en primer trámite constitucional:</p> <p>La idea fundamental del proyecto es prevenir, definir y precisar el concepto de ecoblanqueo, lavado verde de imagen, o “greenwashing”, y regular una plataforma permanente de información ambiental de las empresas, con el fin de dotar mayores herramientas de fiscalización y sanción a quienes incumplan dicha normativa.</p> <p>Esta iniciativa cuenta de 11 artículos permanentes y una disposición transitoria. Contempla una norma con carácter orgánico constitucional, específicamente el artículo 11° que introduce una modificación</p>	

en la Ley Nº15.231 sobre organización y atribuciones de los Juzgados de Policía Local, incorporando en su artículo 13° una nueva competencia a dichos tribunales.

En la exposición de los fundamentos de esta iniciativa, se expresa que el ecoblanqueo es una mala práctica recurrente en algunas empresas. Se le define como “entrega de información falsa o insuficiente por parte de una organización para presentar su imagen pública como responsable ambientalmente”. Es una estrategia publicitaria que no se condice con el proceso productivo de la empresa, no tiene mejoras significativas en el medio ambiente, y solo busca aumentar réditos comerciales sin alterar su proceso productivo. En palabras de la Comisión Europea es “la práctica por la cual las empresas dicen hacer más por el medio ambiente de lo que realmente hacen”.

En 2010, la agencia de publicidad ambiental, “Terrachoice” al amparo de la empresa certificadora “Underwriters Laboratory” de Canadá, definió el Greenwashing como “confundir a los consumidores respecto a las prácticas ambientales de una empresa o los beneficios ambientales de un producto o servicio”, y publicó 7 maneras de identificarlo. En 2020 fueron traducidas por Fundación Basura con el propósito de alertar a la población sobre esta práctica:

1. Utilizar palabras que evoquen una imagen amigable con el medio ambiente como “sustentable”, “biodegradable”, “natural”, “orgánico”, “eco” o “ecológico”, “verde”, “bio”, “compostable”, “reciclable”, “amigable”.
2. No poseer ninguna certificación oficial que avale la o las palabras. Precisó el diputado que hoy solo existe certificación para los términos “bio”, “eco” y “orgánico”.
3. Utilizar afirmaciones confusas, conceptos ambiguos que no son claros o pueden ser interpretados de diversas maneras. No recurrir a fuentes que avalen la afirmación, no ofrecer documentación y/o dar cifras sin respaldo ni base de comparación.
4. Hacer uso de afirmaciones exageradas que refuerzan alguna característica ambiental del proyecto, pero lo vinculan con un impacto más relevante del que realmente tiene. Además, solo muestran una característica positiva cuando las demás pueden ser perjudiciales para el medio ambiente.
5. Realizar afirmaciones falsas, por ejemplo: que el envase es 100% reciclable, cuando en el país donde se vende, no reciben esos envases, o, por ejemplo, envases de plástico que, al estar en contacto con aceite, ya no puede reciclarse.
6. Utilizar imágenes sugerentes: abusar del color verde o de paisajes naturales, cuando es totalmente irrelevante a la hora de evaluar el proceso completo durante el ciclo de vida del producto.
7. Uso de declaraciones irrelevantes: que es “la mejor de su rubro”, “la que menos contamina”, “la más sustentable”, entre otras, cuando nuevamente no es importante si no se transparenta el nivel o magnitud de contaminación e impacto en el medio ambiente y la salud.

Continúa indicando que Chile adhiere desde el 2015 a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sustentable, que tiene como objetivo N°12 la producción y consumo responsable. En este objetivo, se destacan metas como la producción sostenible, evitar el desperdicio de alimentos, reducir la producción de desechos, privilegiar productos locales y prever que las empresas realicen informes de sustentabilidad, entre otros. Plantea la pregunta “¿Quién podría estar en desacuerdo con eso?”.

Señala que en Chile existe cierta disposición hacia el consumo responsable, pero en la práctica hay falta de información comercial. Por eso, hay que poner a disposición de los ciudadanos la mejor información ambiental posible, para hacer partícipes del cambio de prácticas de consumo que requiere el cuidado del medio ambiente. En muchas ocasiones, las ambigüedades y malas prácticas de ciertas empresas han

sido detectadas por el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), pero la carencia de denuncias conlleva que no exista un estudio periódico del organismo con relación al tema, lo que impide distinguir qué empresas están realmente comprometidas con el medio ambiente, lo que genera desconfianza para practicar el consumo responsable.

En cuanto a la regulación comparada, la moción hace referencia a varios casos: España, Estados Unidos, Colombia y Canadá. En Chile rige la Ley Nº19.497 sobre protección de los derechos del consumidor, la cual establece una estructura que permite al SERNAC actuar en ciertas situaciones. Sin embargo, para una efectiva prevención y fiscalización, le falta precisión conceptual y procedimental. Con el objetivo de resolver tales carencias, el proyecto de ley sobre ecoblanqueo, considerando estas experiencias comparadas, busca precisar conceptos, certificados, mediciones y estándares éticos. Además, en el ámbito institucional, se apunta a la coordinación entre los organismos competentes respecto a las políticas ambientales y la protección de los consumidores, incluyendo la promoción de instancias para acuerdos empresariales para la auto regulación.

El diputado indica que en la discusión expusieron la directora de la Fundación Basura, señora Macarena Guajardo; el representante de Acción Consumidores, señor Juan Esteban Cavieres Silva; la directora de Fashion Revolution, Beatriz O'Brien; la directora de la ONG Zeus Chile, Mariela Cruz; y el académico de la Universidad de Chile, abogado José Roa.

En la discusión general, los integrantes de la Comisión, junto con estimar valiosa esta iniciativa, plantearon que el mundo textil es responsable del 7% de la emisión de gases de efecto invernadero, lo cual es muy alto. Por otro lado, se comentó que, si bien pareciera que el proyecto de ley solo castiga, la verdad es que una iniciativa de este tipo debe premiar a quienes si están haciendo un esfuerzo para comercializar productos sustentables. En general, los diputados y diputadas fueron de la opinión que, con la aprobación de un proyecto de ley de esta naturaleza, se pueden ayudar a pequeñas empresas que sí son sustentables, a diferencia de grandes empresas que justamente hacen uso de la práctica del greenwashing. Además, hubo consenso en señalar que cualquier idea que vaya en camino de transparentar información hacia la ciudadanía, mejora el rendimiento de cualquier mercado.

Finalmente, la **votación general del proyecto fue unánime con 11 votos a favor**: Jaime Araya, Daniella Cicardini, Eduardo Cornejo, Félix González, Daniel Melo, José Meza, Camila Musante, Francisco Pulgar, Hugo Rey, Jaime Sáez y Marisela Santibáñez.

A continuación, se abren las palabras.

La **diputada Nathalie Castillo** señala que el proyecto trata un tema de escasa regulación, cuyo objeto es prevenir y castigar el ecoblanqueo, es decir, aquella estrategia publicitaria de las empresas cuyo mensaje no se condice con el proceso productivo de las mismas. La diputada sostiene, a modo de ejemplo, que en la región de Coquimbo por mucho que las empresas se esfuercen en financiar campañas para convencer a la población del bajo impacto socioambiental de la actividad minera, aún no existe en rigor, lo que se denomina "minería sustentable". Asimismo, añade que la actual propaganda de las empresas nacionales y transnacionales genera desinformación en la población, al difundir información incompleta, engañosa o falsa para ocultar el real deterioro ambiental provocado. Así, explica, es de importancia regular de manera estricta la información difundida y su veracidad en las diversas plataformas mediales. Por su parte, destaca el artículo 3º de la presente iniciativa, que obliga a las empresas a entregar información completa, veraz, verificable, comprensible, precisa, y que además, prohíbe a los titulares de un proyecto que se encuentra en evaluación ambiental a realizar afirmaciones ambientales al respecto, esto último, señala, constituye una mala práctica

frecuentemente utilizada al ingresar nuevos proyectos al sistema de evaluación ambiental, es decir, proyectos “en verde” que comienzan a realizar este ecoblanqueo o lavado de imagen ambiental hacia las comunidades vinculadas con el mismo.

Toma la palabra la **diputada Marisela Santibáñez**, quien expone que hay ecoblanqueo cuando una empresa dice hacer más por el medioambiente que lo que realmente hace, utilizando medios de comunicación masivos, para instalar una afirmación que difiere de la realidad. Señala que existe una escasa regulación para sancionar a aquellas empresas que se muestran a través de su publicidad como amigables con el medio ambiente para obtener réditos comerciales, de manera que se hace necesario regular qué y cómo se difunde a la comunidad las consecuencias ambientales de una actividad para evitar que actividades lucrativas se presenten como “ecoamigables” sin serlo realmente.

El **diputado Félix González** expresa que si bien el proyecto no cambia la forma de producir, si cambia la forma en que se publicita la producción, y que con ello, la población tendrá acceso a información real y verídica. Por su parte, señala que esta iniciativa exigirá a los medios de comunicación, como responsables de la difusión de información, requerir a las empresas la certificación respectiva de las afirmaciones ambientales que realicen y que requieran de dicha certificación.

El **diputado Jaime Araya** manifiesta que esta ley es un incentivo para que las empresas, que tienen gran parte de la responsabilidad de lo que ocurre en materia de crisis climática, puedan adecuar y ajustar su normativa de difusión medioambiental en relación con su producción, aplicable tanto a la gran industria como a la mediana empresa. Además, señala que ésta no constituye una norma anti empresarial, sino un incentivo para ajustar los estándares de las empresas a los nuevos comportamientos que tiene la población producto de la crisis climática. Finalmente, el diputado agrega que este proyecto sube el estándar de responsabilidad a los medios de comunicación, quienes deben certificar que aquello que las empresas dicen sea verídico.

Terminadas las palabras, se deja pendiente la discusión.

Ficha confeccionada por: Ricardo Figueroa, Antonia Villablanca, Gloria Campos, Carolina Concha, María Ignacia Sandoval y Verónica Delgado.

Programa en Derecho, Ambiente y Cambio Climático.

Universidad de Concepción.

Concepción, Chile.

Junio 2023.