



FORMACION AMBIENTAL

ORGANO INFORMATIVO DE LA RED DE
FORMACION AMBIENTAL PARA AMERICA LATINA Y EL CARIBE



Volumen 7, Número 15
enero -abril, 1996

LOS LIMITES DEL MERCADO EN LA GESTION AMBIENTAL ¿CUANTO VALE LA NATURALEZA?

*Eduardo Gudynas **

En la actualidad, uno de los mayores debates sobre las políticas ambientales se centra sobre la asignación de precios a la naturaleza. Los que apoyan esta propuesta consideran que la aplicación de las herramientas de mercado serán suficientes para enfrentar los problemas ambientales, los que se deberían a una inadecuada determinación de derechos de propiedad o del valor de los recursos naturales. Bajo esa prédica han florecido en América Latina las ideas del Consejo Empresarial para el Desarrollo Sustentable.

Esta corriente tiene un aspecto positivo. Muchos recursos naturales aparecen como bienes gratuitos, y han sido esquilados. Al asignarles un propietario y dotarlos de un precio se supone que serían manejados más adecuadamente. De la misma manera ciertos impactos, como la contaminación, poseen costos que son trasladados a otras personas. Piénsese en la fábrica que no instala una planta de procesamiento de efluentes, con lo que traslada el costo de limpiar los arroyos al resto de la sociedad.

La asignación de precios al ambiente nos recuerda que los recursos del me-

dio no son gratis y que en ellos descansan nuestros procesos productivos.

La polémica se inicia cuando esta misma tendencia llega a extremos, desembocando en una Naturaleza inmersa en el mercado, lo cual desencadena problemas formidables: ¿cómo determinar el "precio" de una especie de planta o animal? o bien, ¿cómo calcular el valor de un ecosistema, como un conjunto de especies interrelacionadas?

La asignación tradicional de un precio a los recursos naturales depende del valor que sus productos o servicios alcanzan en el mercado. Una hectárea de bañado vale por las bolsas de arroz que pueda brindar y no por sus componentes de fauna y flora nativa. Una parcela de bosque tropical se valora por el peso de la madera extraíble, y no por los escarabajos, mariposas o lagartos que pueda albergar. Incluso hay casos más extremos, donde un predio tiene más valor si ya han sido talados todos los árboles, dejando listo para planes agroindustriales o urbanísticos.

Esta es la aproximación tradicional dependiente del mercado, donde la naturaleza sólo puede ser objeto de valor. Ese valor se corresponde sobre todo con el valor de cambio y de uso del ambiente. La Naturaleza es un objeto de valor, Es el ser humano el que le asigna valores en atención al uso que puede hacer de ella. Sus referencias son traducidas a una escala, usualmente entendida como la dispo-

sición que tiene una persona a pagar por ello.

Los precios se asignan en el mercado y éste se convierte en unidad de medida para expresar las preferencias personales y las ganancias pérdidas en esa satisfacción o en utilidades. Consecuentemente, la Naturaleza tendrá un valor que dependerá de lo que las personas estén dispuestas a pagar por ella.

Llegados a este punto, surgen los problemas planteados arriba. Por ejemplo, cuánto vale un árbol nativo? La respuesta tradicional igualaría su valor con lo que se pagaría en el mercado por algunos de sus productos, póngase por caso, la leña. El valor del árbol como ser vivo se reduciría al precio del kilo de leña. Pero ese árbol es más que las astillas, debiéndose recordar sus hojas, su follaje, las raíces, los animales y plantas que viven en su seno o protegidos entre sus ramas.

Las dificultades aumentan al avanzar a otros niveles. Cómo establecer un precio para un ecosistema natural, como un conjunto interactuante? Habría que apelar al precio usual de la tierra, el que está referido al uso agropecuario, pero que minimiza los atributos ecológicos? Debería considerarse su precio inmobiliario, suponiendo que allí se instalarán vivienda y caminos?

La valoración del ambiente como disponibilidad de las personas a pagar, desencadena otro problema. El mercado se basa en actores que articulan

sus preferencias, pero los componentes de la Naturaleza, tales como plantas y animales, son incapaces de expresar sus preferencias mediante su disponibilidad a pagar. Lo no humano queda excluido. La Naturaleza no puede hablar, tampoco puede pagar. Los animales y plantas se enfrentan a hombres compitiendo entre ellos por aprovecharlas cada vez más.

Como respuesta a esta limitación, varios investigadores han sostenido que se deben inferir las preferencias de plantas y animales. Por ejemplo, consideremos el caso del ciervo de los pantanos, el venado más grande de América Latina, y propio de los humedales del sur de Brasil, Paraguay y noreste de Argentina, y que está amenazada de extinción. Supongamos que estos venados "desean" proteger su hábitat natural de bañados nativos, con pastos altos, disponibilidad de agua, y libre de ganados, para poder sobrevivir. Si esta especie pudiera articular sus preferencias en el mercado, la postura tradicional esperaría que ella estuviese dispuesta a pagar cierta cantidad de dinero para asegurar la conservación de sus refugios.

Lo cierto es que el ciervo de los pantanos no puede expresar esas aspiraciones y lo más que podemos hacer nosotros es aventurar sus necesidades. Se abre aquí otro abanico de incertidumbres: cuáles son las preferencias del ciervo de los pantanos? Existen propuestas para avanzar en este terreno, pero cualquiera de ellas pasa por apartarse de los mecanismos usuales del mercado.

La aplicación del precio se complica aún más cuando se recuerda que ese procedimiento también desatiende a las generaciones futuras. Debe asentarse que nuestros patrones de desarrollo posiblemente tengan consecuencias negativas en un futuro más allá de nuestras vidas. Sea por la explotación de recursos naturales que no son renovables, y que determinarán una mayor escasez futura, como por la emergencia tardía de nuevas consecuencias negativas de procesos contaminantes, lo cierto es que nuestros hijos, nietos y demás descendientes, podrían enfrentar serios problemas que tienen sus causas en el día de hoy.

Sin embargo, el mercado sólo atiende a las generaciones actuales, y quienes

vendrán tampoco pueden articular sus preferencias en el presente. Suponer cuáles serán las prioridades de la gente dentro de 100 años es casi tan difícil como señalar las preferencias de plantas o animales, y los márgenes de incertidumbre son extremadamente amplios.

Hoy, esta perspectiva del mercado, lo máximo que podría hacer sería extender los perfiles de preferencia actuales al futuro. Sin embargo esta tarea está contrarrestada por otras metodologías de ponderación del futuro, como la aplicación de la tasa de descuento.

La tasa de descuento es una herramienta corriente en el análisis y actualmente aplicada a la temática ambiental. Parte del presupuesto de que el beneficio (o costo) es más relevante en el presente que en el futuro, por lo cual a una cantidad dada de dinero se le descuenta una fracción con el paso del tiempo. Por esa razón la tasa de descuento va en contra de las generaciones futuras: cuanto más alta sea, más presión existirá por consumir hoy los recursos, y no mañana o pasado.

El análisis económico tradicional aplica una tasa de descuento positiva a los recursos naturales. Contrastando con ello, existen posturas críticas que señalan que esa tasa puede ser cero, de donde una hectárea de ecosistema de pradera valdrá dentro de diez años lo mismo que hoy; incluso otros postulan que puede ser negativa, de donde esos ecosistemas pueden valer más y más con el paso del tiempo.

También existen serias limitaciones prácticas para aplicar estas ideas. Por ejemplo, como respuesta a daños en los ecosistemas naturales, se han exigido Indemnizaciones a partir de su precio. Pero una compensación en dinero no necesariamente restituye ni recompensa un daño ecológico (una vez que se ha talado un árbol, pagar una multa de un peso o una de un millón de pesos, no podrá acelerar el crecimiento del árbol puesto en su lugar).

Otro flanco débil surge de reconocer que la asignación de precios expresa una forma de lucha. Esto fue tempranamente expresado por Max Weber, quien advirtió que si bien el cálculo del precio es un proceso racional, resulta de una lucha entre los hombres.

"Los precios en dinero son producto de lucha y compromiso; por tanto, resultados de constelación de poder", y las transacciones en el mercado se dan por el "regateo (lucha de precios y de competencia) y el compromiso de intereses". Bajo esa racionalidad competitiva, el flanco donde más fácilmente puede avanzarse es precisamente sobre la Naturaleza.

Hoy observamos que las categorías económicas tradicionales, y junto a ellas su particular racionalidad cruzan sus fronteras originales y se expanden a otros ámbitos, en este caso el ambiental. Pero como han advertido algunos analistas, esa expansión desencadena que todo deberá tener un precio y será comprado y vendido en el mercado, de donde se expande una mercantilización universal que termina permeando a la sociedad en su conjunto. Bajo esta perspectiva, el precio y el mercado pasan a explicar el funcionamiento de toda la sociedad y con ello condicionan la forma en que nos relacionamos con la Naturaleza.

La aplicación de esa particular racionalidad económica, olvida que la asignación de un precio no compatibiliza la dinámica ecológica con los procesos económicos. Debe reconocerse que los ecosistemas poseen diferentes capacidades de resistir y amortiguar los impactos negativos y albergan diferentes biodiversidades. El pago en dinero no puede modificar esos procesos. Por ejemplo, la recuperación de áreas degradadas no será más rápida por más dinero que en ello invierta el gobierno. De la misma manera queda planteada la pregunta de cómo enfrentar aquellos problemas ambientales por los cuales casi nadie está dispuesto a pagar. Tal es el caso de las áreas desérticas y, semidesérticas de nuestro continente donde las posibilidades de obtener ganancias por emprendimientos ecológicos son pocas.

Los puntos aquí ilustrados sobre la controversia actual dejan en claro que el problema mayor reside en la forma en que se intentan descubrir valores económicos en la Naturaleza. La representación de las futuras generaciones y de los no-humanos es totalmente precaria, en tanto no existen certidumbres sobre cuáles serán sus valoraciones, como tampoco hay certeza en la capacidad de las actuales generaciones de poder intuirlos, y distinguir

entre las referencias que las mayorías actualmente sustentan de aquellas que deberían sustentar. Sabemos que un ser vivo "vale" mucho más que los productos que se pueden extraer de él, pero es muy difícil precisar ese valor.

Muchos economistas ecológicos han reconocido estos problemas y han desarrollado otros valores suplementarios, tales como el valor de opción, que expresa el valor potencial del uso futuro de un recurso. Se refiere a la disponibilidad por pagar la preservación de un ambiente entendiendo que los beneficios futuros de mantenerlo son mayores a los beneficios de su uso actual. Pero igualmente el marco valorativo es económico. Todas estas posturas niegan la posibilidad de que la Naturaleza sea sujeto de valor.

Posiblemente, la controversia más fuerte en este terreno provenga de aquellos que sostienen que a los valores de uso se les pueden oponer los valores intrínsecos. Estos son propios de los elementos naturales y por ello independientes de la evaluación que de ella hacen los seres humanos. Si esos valores propios se reconocen, entonces queda en claro que la valoración económica es incompleta y se abren nuevas consecuencias en otros terrenos, como el jurídico (lo no-humano como sujeto de derechos).

Se siga por un camino o por otro, debe reconocerse que cualquier solución a

estos problemas ya violenta el mecanismo esencial del mercado de pago por las preferencias actuales.

Un conservacionista estaría dispuesto a pagar altas cifras por preservar un bosque nativo; un empresario maderero pagaría solamente por sus árboles: mientras otros, no estarían dispuestos a sacrificar ni un centésimo de su dinero en algo que consideran irrelevante. Es que existen distintas posturas personales que pueden desembocar en diferentes disposiciones a pagar.

Frente a la Naturaleza, los seres humanos despliegan una gran diversidad de marcos valorativos, no sólo económicos. Pueden invocarse "valores ecológicos", dentro de los cuales a su vez se pueden distinguir varias escalas, tales como las que atenderán a la biodiversidad, y a su vez dentro de ellas las que ponen atención a la riqueza en especies nativas o la singularidad de los procesos ecológicos. Por ejemplo, sabemos que diversas áreas de selva amazónica de Perú y Colombia poseen altísimos niveles de biodiversidad, con lo que se señala un alto valor ecológico por una riqueza en especies, del orden de las más altas del mundo para el caso de las aves. A su vez, esos valores ecológicos se pueden relacionar a otros, como los geológicos, edafológicos o botánicos. Finalmente, existen otras categorías de valoración, como las paisajísticas, estéticas, históricas, religiosas, etc.

Resulta claro que existe una pluralidad de valores, además del económico, por los cuales se puede valorar el ambiente. Cada uno de ellos atiende a intereses, perspectivas y preocupaciones distintas. No son igualables, ni reducibles a una misma escala susceptible de cuantificación. No son reducibles a un precio.

Esta pluralidad de valores nos lleva a reconocer un segundo aspecto, que es la inconmensurabilidad de la Naturaleza. Reconocer esto es un punto clave para construir una política ambiental genuinamente conservacionista.

La aplicación de un precio, y el uso de otras herramientas del mercado, puede constituir un paso adelante para una gestión racional y cuidadosa del entorno natural, pero no es suficiente. Su aplicación aislada ha sido ineficaz para evitar los problemas ambientales, y de hecho ha desencadenado una nueva ola de destrucción del entorno y caída en la calidad de vida. Las medidas de fondo están más allá del mercado y exigen revigorizar el ámbito político y democratizar la cuestión del entorno natural.

* Centro Latinoamericano de Ecología Social (CLAES), Montevideo. Uruguay.