

Desinformación ambiental, fake news y greenwashing. Jugando sucio con los datos de reciclaje de residuos de envases.

Alberto Vizcaíno López - www.productordesostenibilidad.es - @alvizlo

Resumen:

Una de las premisas que justifican la necesidad de concienciación y educación ambiental en las sociedades actuales es que no se puede conservar aquello que no se conoce. Sin una buena información tampoco podemos analizar la realidad que nos rodea, ni proponer respuestas adecuadas a la magnitud de los desafíos a los que nos enfrentamos.

Uno de los retos pendientes en nuestra sociedad es el impacto económico, social y ambiental que genera el modelo de consumo de usar y tirar. Un indicador que nos evidencia la dimensión del problema es la ingente cantidad de residuos de plástico que cada día acaban abandonados en los ecosistemas terrestres y afectando a los sistemas marinos.

Para poder evaluar la situación y adoptar medidas realistas que permitan mejorar la situación a corto, medio y largo plazo se requiere de información. Datos que ayuden a concienciar sobre la situación y a incorporar estrategias que reduzcan el daño que nuestras decisiones diarias causan en el planeta que habitamos.

Los medios de comunicación juegan un papel clave: los titulares que abren las noticias marcan la agenda política y ciudadana, las prioridades y decisiones que nos acercan o nos alejan del cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La transparencia en la información ambiental es una asignatura pendiente en muchos casos: resulta complicado seguir la trazabilidad de los datos que aparecen en los titulares que hablan sobre medio ambiente y sostenibilidad. Por ello es necesario echar un vistazo al origen de la información que da lugar a esos titulares y comprobar si realmente las corporaciones que generan contenidos ambientales lo hacen de forma socialmente responsable o se atienen a estrategias de marca.

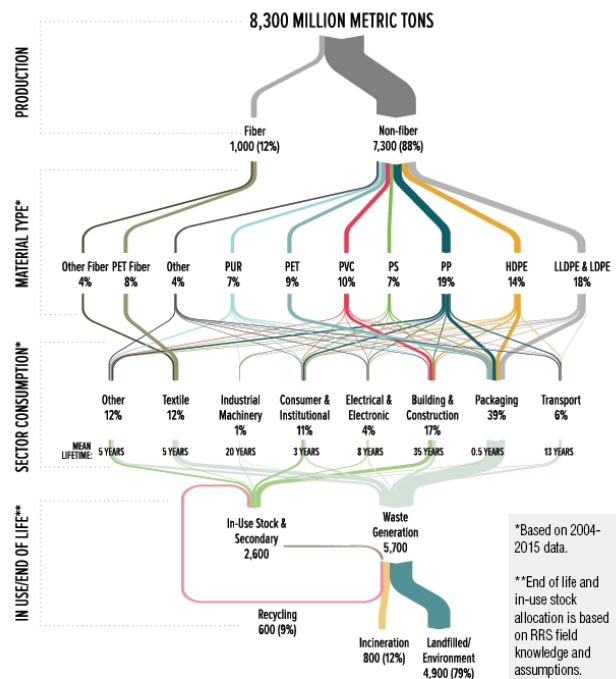
Desinformación, fake news y greenwashing no nos ayudan a crear concienciación ambiental o a avanzar en sostenibilidad, pero sí ayudan a explotar la creciente preocupación ambiental del conjunto de la sociedad para vender más en un modelo de producción y consumo que no ayuda a responder a los desafíos ambientales que afronta la humanidad.

Contenido

1. La magnitud del problema	2
2. ¿Cuántos envases de plástico reciclamos?	3
3. Desinformación para mantener un modelo de consumo insostenible	4
4. Estrategias para la desinformación	6
a. Estudios patrocinados	9
b. Censura, veto, acoso e insulto	13
c. Asociaciones ecologistas	15
d. Periodismo y medio ambiente	15
e. Politización del discurso	16
5. El antídoto	17
6. Conclusiones y propuestas	18
7. Referencias	19

1. La magnitud del problema

Desde que empezamos a utilizar plástico, hace unos 65 años, hemos empleado unas 8.300 millones de toneladas métricas de las cuales 5.700 se han convertido en residuos. Un 79%, 4.900 millones de toneladas están abandonadas en la naturaleza o depositadas en vertederos. El 12%, 800 millones de toneladas han sido incineradas y solo un 9%, 600 millones de toneladas, se han reciclado.^{1 2}



© 2017 RRS. Visit recycle.com to learn more about Ann Arbor, Mich.-based RRS.

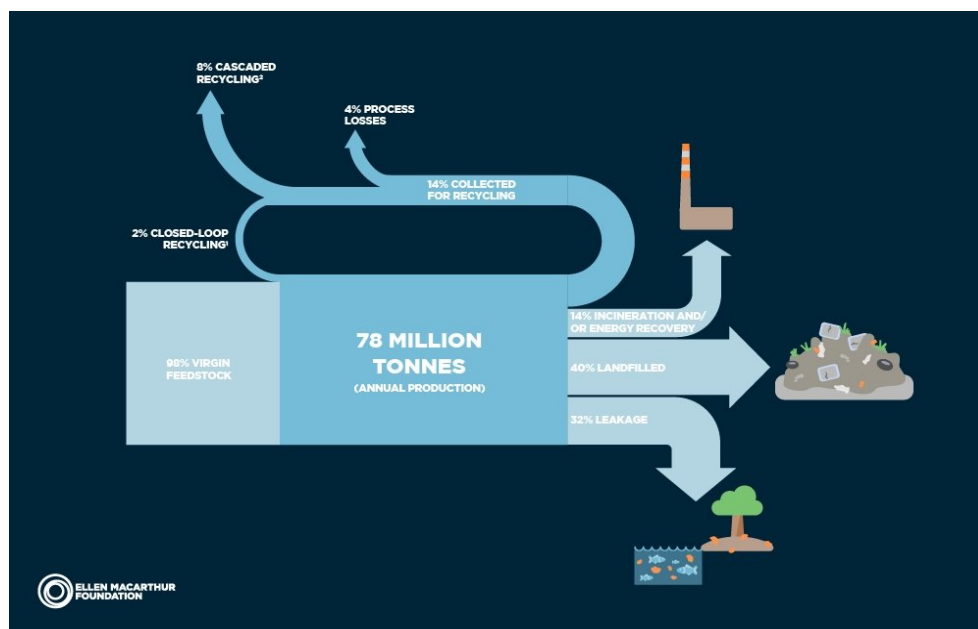
Se han encontrado microplásticos en invertebrados¹, aves, peces y ballenas... y recientemente el médico Philipp Schwabl² ha llevado a cabo un experimento en el que ha encontrado microplásticos en heces de personas de procedentes de siete países europeos y de Japón, encontrando en todos ellos cantidades de plástico en una concentración media de 20 micro partículas por cada 10 gramos de heces. Encontraron 9 de 10 tipos de plásticos estudiados, siendo los más habituales el PET y el polipropileno (PP), compuestos habituales de los envases de plástico de alimentos y la ropa sintética.

Estas evidencias se añaden a los ya conocidos efectos de aditivos utilizados en la fabricación de distintos plásticos, como el Bisfenol A, que actúan en nuestro cuerpo como disruptores endocrinos relacionados con los crecientes casos de diabetes, entre otras enfermedades causadas por los desajustes hormonales que causan diferentes sustancias químicas liberadas por distintos tipos de plásticos.

2. ¿Cuántos envases de plástico reciclamos?

Según el estudio realizado por la Fundación Ellen McArthur³ e incorporado por The World Economic Forum en su análisis de la economía del plástico⁴ sólo un 2% de los envases de plástico se reciclan en nuevos envases de plástico:

- El 72% de los envases de plástico no se recuperan. Aproximadamente el 32% “se pierde” y acaba abandonado en el medio natural, incluyendo el visible problema de los plásticos en los océanos.
- Un 14% se elimina en incineración, una parte indeterminada de esta cantidad con recuperación de energía.
- Otro 14% se recoge para su reciclaje.
- De este 14%, un 4% se pierde durante los propios procesos de reciclaje (no puede ser aprovechado y acaba eliminado o sale ardiendo), un 8% se recicla en aplicaciones de menor valor a la original y sólo un 2% se recicla en plásticos similares a los originales.



Si bien estas son estimaciones globales, en España la situación no se alejaría mucho de esas cifras. A falta de datos concretos sobre los envases puestos en el mercado y de información trazable sobre lo que ocurre cuando se convierten en residuos, se pueden analizar datos parciales procedentes de estudios y memorias de distintas administraciones competentes.

Así sabemos que el sistema de recogida selectiva basado en contenedores amarillos del Ayuntamiento de Madrid sólo tiene capacidad para recoger el 16% de las 435.877 toneladas de residuos de envases generadas en 2016 en esta ciudad¹.

Que en la Comunidad de Madrid, según el “Estudio Ambiental Estratégico y la versión inicial de la Estrategia de Gestión Sostenible de los Residuos de la Comunidad de Madrid”²:

- En el caso de envases ligeros se recogen en la bolsa resto 25,97 kg/hab.año y en los contenedores de recogida específica de bolsa amarilla 11,20 kg/hab.año (65,81% en la bolsa resto y 28,39% en bolsa amarilla).
- Para envases de vidrio tenemos que se recogen en la bolsa resto 8,90 kg/hab.año y en el contenedor de vidrio 12,35 kg/hab.año (39,33% en bolsa resto y 54,61% en contenedor de vidrio).
- En el caso de papel y cartón se recogen en la bolsa resto 33,99 kg/hab.año y en el contenedor de calle de papel y cartón 12,28 kg/hab.año (descontada la retirada informal de material de este contenedor).
- De materia orgánica se recogen, en la bolsa resto, 67,87 kg/hab año, lo que representa el 92,12% de la materia orgánica y 32,37 kg/hab.año de residuos de jardín y podas que representan el 60,14% de los restos de jardín y podas.
- En la bolsa resto se recogen 25,48 kg/hab.año de residuos textiles, es decir el 83,29% de los residuos textiles.

Por su parte, el 86 % de los residuos de envases ligeros recogidos en Castilla y León provienen del contenedor de restos³. Según los datos del Plan Estratégico de Residuos del Principado de Asturias, de la cantidad total de envases ligeros recogidos en el

Principado de Asturias sólo el 12,7% se reciclan¹.

Según el Laboratorio de Ideas sobre Residuos (LIR)² “a partir de los datos del SCRAP que regula la gestión de estos envases, se calcula una ratio de reciclaje del 24,2% sobre lo generado (incluso reciclando más de lo que admite recoger selectivamente). Evidentemente, estas cifras no son comparables con los datos que se publican en cuanto a que se estaría reciclando un 74,8% de envases domésticos”.

3. Desinformación para mantener un modelo de consumo insostenible.

Como llamada de atención sobre la forma en la que estamos abordando el impacto del plástico Matt Wilkins publicaba una columna en Scientific American en la que afirma que “es mentira que los consumidores derrochadores causen el problema y que cambiar nuestros hábitos individuales pueda solucionarlo”³. Sigue planteando que “Reciclar plástico es a salvar la Tierra como clavar un clavo es a detener el derrumbe de un rascacielos. Te esfuerzas por encontrar un lugar para hacerlo y te sientes satisfecho cuando lo logras. Pero su esfuerzo es totalmente inadecuado y distrae del verdadero problema de por qué el edificio se está cayendo realmente.”

Y es que, para Matt Wilkins, “El verdadero problema es que el plástico de un solo uso es un abuso increíblemente imprudente de tecnología. Alentar a las personas a reciclar más nunca resolverá el problema de una producción masiva de plástico de un solo uso que debería haberse evitado.”

David Katz⁴ también opina que nos estamos equivocando en la forma de enfocar las soluciones, indica, igual que Jaggi Vasudev (Sadhguru)⁵, que lo último que hay que hacer es limpiar el océano. Lo ilustra con un ejemplo “Imaginen que entran en una cocina y el fregadero está rebosando, el agua se derrama por el piso, se mojan las paredes... Tienen que pensar rápido para no entrar en pánico. Tienen un balde, una fregona o un desatascador. ¿Qué harían primero? ¿Por qué no cerramos el grifo? Sería inútil fregar, o desatascar, o sacar el agua con el balde si no cerramos el grifo primero. ¿Por qué no hacemos lo mismo con el océano? Aunque el proyecto de limpieza del océano, los programas de reciclaje de plástico en las playas, o cualquiera de las empresas que con buenas intenciones se ocupan del plástico en los océanos tuvieran un 100 % de éxito, aun así sería demasiado poco, demasiado tarde.”

Todos estos planteamientos están en línea con la jerarquía de gestión de residuos que estableció la Unión Europea en la década de 1990, según la cual el orden de prioridades en la legislación y la política sobre la prevención y la gestión de los residuos es el siguiente:

- a) prevención;
- b) preparación para la reutilización;
- c) reciclado;
- d) otro tipo de valorización, por ejemplo, la valorización energética; y
- e) eliminación.

¿Por qué, sabiendo que el reciclado es la tercera y última de las tres erres (detrás de la reducción –prevención- y la reutilización) seguimos priorizando las estrategias de educación ambiental y gestión de residuos en el reciclaje?

En la columna ante citada Matt Wilkins explica cómo en la década de 1950, las grandes multinacionales de bebidas como Coca-Cola y Anheuser-Busch, con otras corporaciones como Phillip Morris crearon la organización de concienciación ambiental, sin ánimo de lucro: Keep America Beautiful: “Uno de sus primeros y más duraderos impactos fue llevar *litterbug* al léxico estadounidense a través de sus campañas de publicidad contra individuos no concienciados.”

Con esta estrategia se consigue desviar la atención sobre el papel que juegan las corporaciones en el impacto ambiental, económico y social que causa el modelo de consumo. Ecoembalajes España, S.A. reproduce las iniciativas de Keep America Beautiful en campañas como #basuraleza o #reciclayrespira. El objetivo fundamental es lavar la imagen de la industria del envase de usar y tirar, a la vez que se saca del discurso la opción de reducir el consumo o priorizar la reutilización.

Lo verdaderamente llamativo es cómo responde la cadena de valor. Consumidores cansados de los envases de plástico envolviendo frutas y verduras, que ya cuentan con su propia protección natural y biodegradable, lanzaron la campaña #desnudafruta¹. A medida que creció en importancia y saltó de blogs y redes sociales de internet a los medios de comunicación de masas, la industria se organizó para intentar de anular el mensaje, con la contra campaña #NoCulpesAlPlástico².

Analizando los datos de la estrategia de residuos que el Ayuntamiento de Madrid ha sometido a información pública³ podemos comprobar que los contenedores amarillos de la ciudad recogen una cantidad de basura que sólo llega al 16% de las 435.877 toneladas de residuos de envases que tiran las personas que viven en Madrid⁴.

En la misma estrategia se indica que la capacidad de recogida de envases viene asesorada por Ecoembes. Es decir, el sistema integrado de gestión de envases propone al Ayuntamiento una ratio de contenedores por habitante que no sirve para llegar al 100% de la recogida de residuos de envases que Ecoembalajes España, S.A. debería estar financiando. Como resultado la recogida y gestión del 85% de los residuos de envases en Madrid se financia por sus ciudadanos. A pesar de que la legislación establece que la recogida y gestión corresponde a quienes ponen en el mercado esos productos que con su uso se convierten en residuos.

En el Plan Estratégico 2016-2020 de Ecoembes⁵ encontramos el propósito de esta organización: “Ser el referente de una sociedad responsable en el cuidado de su medio ambiente a través del reciclado, trabajando de forma eficiente, transparente e innovadora, con el compromiso y la colaboración de ciudadanos, administraciones y empresas”. Y funciona, en 2017, “Toda esta estrategia de combinar varias campañas y el tono de las mismas han hecho posible que, según nuestro estudio Brand Scope en 2017, se consiga pasar de un 30% a un 37% en conocimiento espontáneo en cuanto a entidades dedicadas al reciclaje, ocupando la primera posición.”

Sin embargo, en el lado de la recogida, Ecoembalajes España, S.A. solo plantea aumentar en un 20% los contenedores amarillos y azules. Todavía muy lejos de cubrir el volumen necesario para llegar al 100% de los residuos de envases que justifican la existencia de este sistema de responsabilidad ampliada.

4. Estrategias para la desinformación.

Se preguntaba Matt Wilkins en la columna citada anteriormente “Si los consumidores

tenemos la culpa, ¿cómo es posible que no reaccionemos cuando un estudio informa que habrá más plástico que peces en los océanos para 2050?¹”. La respuesta la encontramos en las distintas estrategias para la desinformación ambiental con las que la industria del envase de usar y tirar intenta tranquilizar la conciencia de los consumidores.

El control sobre la información y la comunicación en materia de residuos de envases lleva a situaciones tan curiosas como la sucesión de titulares a la que han dado lugar los sucesivos estudios de EAE Business School.

Según EAE Business School en España hemos pasado de reciclar el 74,8% de los residuos en 2017 a reciclar el 43,3% en 2018. En febrero de 2017 la escuela de negocios presentó el estudio “Nuevos enfoques sobre la gestión de residuos”², realizado por su Strategic Research Center, en el que pretendía presentar un “un análisis integral de la problemática de la gestión de residuos desde una triple visión: su influencia en el cambio climático, los nuevos modelos en gestión de residuos, y la relación con la logística o logística verde”.

Para su “investigación” utilizaron datos del agregador de estadísticas Statista, que, a su vez, utilizaba los datos publicados por la empresa Ecoembalajes España, S.A. El titular de la nota de prensa con la que EAE daba a conocer su actividad en materia de economía circular decía “Nuestra conciencia ecológica se dispara y pasamos de reciclar un 4,8% al 74,8%”. Varios medios del Grupo Planeta, al que pertenece la escuela de negocios, recogieron la nota de prensa y reprodujeron el titular.

Tras las críticas recibidas por la generalización que da lugar al titular y la falta de investigación para contrastar los datos de partida para el documento, en septiembre de 2018 EAE presenta un segundo documento con el titular “El 43,3% de los residuos de España se reciclan o reutilizan, 8,7 puntos menos que la media de la Unión Europea”³.

¿Qué cambia de un titular al otro? Tanto el origen de los datos, en el segundo caso se pasa a emplear el INE como fuente de información, como la referencia. Mientras en el primer titular se generalizaban los datos relativos a de envases aportados por la empresa Ecoembalajes España, S.A., en el segundo caso sí se habla del conjunto de los residuos documentados en la encuesta del INE.

Nuestra conciencia ecológica se dispara y pasamos de reciclar un 4,8% al 74,8%

Los que más residuos generan son los andaluces con 4.583,6 miles de toneladas al año y los que menos los riojanos con 81.4

Jueves, 16 de Febrero, 2017



Actualidad

El 43,3% de los residuos de España se reciclan o reutilizan, 8,7 puntos menos que la media de la Unión Europea

• En la UE el 52% es reciclado o reutilizado o transformado en energía • Extremadura es el territorio en el que más ha aumentado, con un 11,88%, la producción de residuos

Miércoles, 12 de Septiembre, 2018



Otro ejemplo de desinformación nos lo proporciona el sector de la automoción. En 2014, el director general de Signus (Sistema Integrado de Gestión de Neumáticos Usados) afirmó que “la gestión de los neumáticos fuera de uso (NFU) en España ya está solucionado” en la VI Jornada sobre “Mezclas bituminosas con polvo de neumático. Una solución técnica y ambiental”, organizada por Signus Ecovalor en Madrid con el apoyo de ASEFMA¹.

El 13 de mayo de 2016 salieron ardiendo las 100.000 toneladas de neumáticos que se seguían acumulando desde hacía 14 años en el vertedero ilegal de Seseña, evidenciando el problema de un flujo importante, cercano al 20%, de neumáticos usados que escapaban a los sistemas de gestión y se acumulaban en, al menos, 26 cementerios de neumáticos en España.

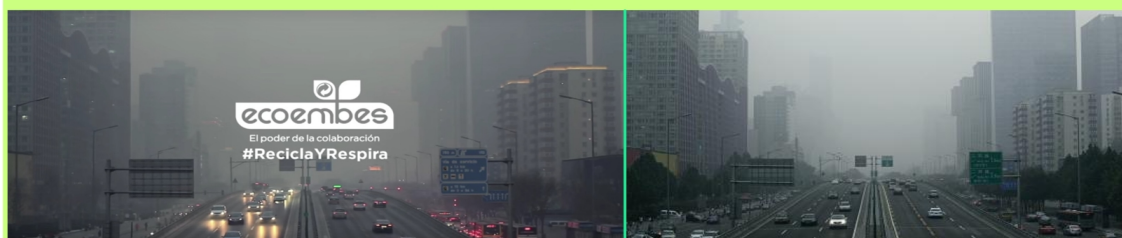
La campaña publicitaria de la empresa Ecoembalajes España, S.L. afirma que “Por cada 6 latas que reciclas contrarrestas 10 minutos de tubo de escape”. En su página web alega que esta declaración viene abalada por dos estudios científicos. Ambos estudios se realizan a petición y financiados por la empresa. El primero de ellos² calcula el ahorro de energía primaria asociado a la obtención de botellas de PET y latas de aluminio a partir de material reciclado, mientras que el segundo³ es un informe en el que se estima la producción de CO₂ por un vehículo tipo bajo el ciclo NEDC.

En ningún caso se justifica en dichos estudios cómo se contrarrestan las emisiones de los tubos de escape depositando envases de usar y tirar en los contenedores amarillos de recogida selectiva.



Esta campaña puede resultar especialmente confusa cuando se mezcla en medios de comunicación con las noticias relativas a emisiones de efecto invernadero, creando falsas expectativas sobre lo que cabe esperar del reciclaje y, en particular, sobre el impacto que supone el modelo de consumo basado en envases de usar y tirar.

Busca las diferencias:



a. Estudios patrocinados.

En la línea de generar desinformación y noticias falsas, una de las estrategias clave es la realización de estudios patrocinados que avalan las tesis de la industria del envase de usar y tirar. Así pues, si se propone implantar sistemas de depósito, devolución y retorno de envases, como mecanismo que mejore la recogida y el reciclaje de envases, incluso como estrategia para favorecer la reutilización con logística inversa, la industria responde con estudios.

Así en el “Estudio sobre el modelo de gestión de envases domésticos en la Comunidad Autónoma de Canarias” firmado por la Plataforma Envase y Sociedad (PES) y, según reza en el mismo, “realizado por la Universidad Politécnica de Madrid, la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y la Universidad de Alcalá” encontramos como conclusión que la implantación de un sistema de depósito, devolución y retorno de envases “Se traduciría por tanto en un incremento de 9,9 veces el gasto anual de gestión del sistema”.

Para llegar a esta conclusión se parte de una estimación de 367.783.458 de envases vendidos al año.

Tabla 5. Número de envases vendidos al año por categoría comercial en Canarias

Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Cuota de mercado	Nº envases vendidos al año
Hipermercados (>2500 m ²)	20,3%	74.660.042
Supermercados grandes (>1000 m ²)	34,0%	125.046.376
Supermercados medianos (400-999 m ²)	19,1%	70.246.640
Supermercados pequeños (100-399 m ²)	15,0%	55.167.519
Supermercados micro (<100 m ²)	4,2%	15.446.905
Tiendas tradicionales	7,4%	27.215.976
Total	100%	367.783.458

A continuación el estudio muestra la estimación de 331.005.112 envases recuperados por el sistema de depósito, devolución y retorno (SDDR)

Tabla 6. Número de envases devueltos al año por categoría comercial en Canarias.

Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	% retorno	Nº envases devueltos al año
Hipermercados (>2500 m ²)	90%	67.194.038
Supermercados grandes (>1000 m ²)		112.541.738
Supermercados medianos (400-999 m ²)		63.221.976
Supermercados pequeños (100-399 m ²)		49.650.767
Supermercados micro (<100 m ²)		13.902.215
Tiendas tradicionales		24.494.378
Total		331.005.112

Al final, tras una serie de operaciones, sale que el sistema debería que transportar, para su tratamiento, 380.655.879 envases (tendrán que hacer el esfuerzo de sumar la última fila de datos -“total”- de la tabla 15):

Tabla 15. Número de envases recogidos al año por método de transporte y categoría de establecimiento.

Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Número de establecimientos por método de transporte			
	Compactador	Logística Inversa	Recogedor (almacén)	Recogedor--> Planta conteo
Hipermercados (>2500 m ²)	36.956.721	30.237.317	-	-
Supermercados grandes (>1000 m ²)	-	50.643.782	61.897.956	-
Supermercados medianos (400-999 m ²)	-	28.449.889	34.772.087	-
Supermercados pequeños (100-399 m ²)	-	19.860.307	9.930.153	69.511.074
Supermercados micro (<100 m ²)	-	-	-	13.902.215
Tiendas tradicionales	-	-	-	24.494.378
Total	36.956.721	129.191.295	106.600.196	107.907.667

Se partía de la premisa de 367.783.458 de envases puestos en el mercado, se había justificado que se recogerían 331.005.112, pero para realizar el cálculo del coste de este sistema la cantidad de envases se engorda en cerca de 50.000 unidades (un 15%).

Puesta en evidencia esta situación los promotores del estudio corrigieron las cifras inconsistentes del estudio manteniendo las mismas conclusiones¹.



Algo similar ocurría con el “Estudio sobre el modelo de gestión de envases domésticos en la Comunidad Valenciana”². Igual que en el caso canario, **el estudio de costes del SDDR en la Comunidad Valenciana tampoco sumaba bien el número de envases**. Corregido un **desfase de unas cuantas decenas de miles de envases en el diagnóstico no cambiaron los resultados o las conclusiones del estudio**.

Tabla 14. Número de envases recogidos al año por método de transporte y categoría de establecimiento.

Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Número de envases recogidos al año por método de transporte			
	Compactador	Logística Inversa	Recogedor (almacén)	Recogedor--> Planta conteo
Hipermercados (>2500 m ²)	78.772.456	64.450.192	-	-
Supermercados grandes (>1000 m ²)	-	107.946.134	131.934.163	-
Supermercados medianos (400-999 m ²)	-	60.640.328	74.115.956	-
Supermercados pequeños (100-399 m ²)	-	42.331.817	21.165.909	148.161.360
Supermercados micro (<100 m ²)	-	-	-	29.632.272
Tiendas tradicionales	-	-	-	52.209.241
Total	78.772.456	275.368.470	227.216.028	230.002.873

Diagnóstico envases 26/05/2016

Tabla 14. Número de envases recogidos al año por método de transporte y categoría de establecimiento.

Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Número de envases recogidos al año por método de transporte			
	Compactador	Logística Inversa	Recogedor (almacén)	Recogedor--> Planta conteo
Hipermercados (>2500 m ²)	78.772.456	64.450.192	-	-
Supermercados grandes (>1000 m ²)	-	107.946.134	131.934.163	-
Supermercados medianos (400-999 m ²)	-	60.640.328	74.115.956	-
Supermercados pequeños (100-399 m ²)	-	21.165.909	10.582.954	74.080.680
Supermercados micro (<100 m ²)	-	-	-	29.632.272
Tiendas tradicionales	-	-	-	52.209.241
Total	78.772.456	254.202.562	216.633.074	155.922.193

Diagnóstico envases 29/05/2016

En el apartado económico, se ha estimado que en la Comunidad Valenciana los gastos de gestión de un SDDR podrían suponer un total de **44,8 millones de euros netos anuales**³².

Idéntica conclusión en ambas versiones del estudio

El estudio para la Comunidad Valenciana incluye otros cálculos basados en estimaciones y referencias difícilmente contrastables. A modo de ejemplo, se puede analizar la estimación del coste promedio del alquiler de superficie comercial. Se utiliza un dato, cuanto menos, llamativo: 63,6 euros/m² al mes. Esto implicaría que, según este estudio, una tienda de barrio que ocupe un pequeño local comercial de 50 metros cuadrados estaría pagando 3.180 euros mensuales sólo en concepto de alquiler del local.

El origen del dato es un informe de 2015¹ que “cumple con creces el ambicioso objetivo de examinar el sector Retail en las denominadas ‘zonas prime’ de algunas de las principales ciudades españolas: Madrid, Barcelona, Valencia y Palma de Mallorca”. Es decir, se aplica como coste promedio del alquiler para espacios de almacenamiento de envases vacíos en establecimientos comerciales de toda la Comunidad Valenciana el coste de tener un local “prime” (lo que quiera que signifique esto) en Valencia capital.

Jorge Juan

Tramo	Precio	Locales	Disponibilidad
medio	50€/m ²	22	0,0%
prime	70€/m ²	35	0,0%



Informe Locales Comerciales 2015. Ferran y Gesvalt

Estos estudios surge de la “Plataforma Envase y Sociedad”, creada por Ecoembalajes España, S.A. y otras organizaciones relacionadas con el envase de usar y tirar. Resulta curioso que ni asociaciones ecologistas (como organizaciones sociales que aborden el problema de los residuos de envases), ni sindicatos (como clásica representación de sociedad civil) aparecen como parte de esta plataforma. Tampoco hay en ella iniciativas alternativas para la gestión de residuos de envases. Ni siquiera iniciativas relacionadas con el movimiento de residuo cero.

Quien sí tiene una presencia destacada en la Plataforma Envase y Sociedad, desde su origen, es la agencia KREAB, entre cuyos servicios destaca: “Construcción de opiniones: Dar forma a las opiniones es el corazón de las relaciones institucionales. Toda compañía u organización quiere expresar sus propios puntos de vista. Nuestros asesores son expertos en el diseño de estrategias y actividades cuyo fin es mejorar la visión del cliente y reformar las opiniones que se generan entre los grupos clave”.

Curiosamente la plataforma “Nace en marzo de 2013 con el objetivo de poner en valor el ciclo de vida del envase a través de los beneficios sociales, económicos y medioambientales que los envases aportan al conjunto de la sociedad, fomentar la I+D+i y divulgar los avances e innovaciones en la vida de los envases”. Justo cuando Retorna ponía en marcha una pionera experiencia piloto para probar el sistema de depósito, devolución y retorno de envases¹.

Evidenciados los objetivos de la Plataforma Envase y Sociedad y puestos en evidencia los estudios realizados por la misma, la industria del envase de usar y tirar busca nuevos socios para seguir generando titulares con los que generar información favorable a sus intereses.

Entre otras, destaca la vinculación con la Cátedra UNESCO de Ciclo de Vida y Cambio Climático de ESCI-UPF dirigida por el Dr. Pere Fullana i Palmer, a la que Ecoembes financia la realización de varios estudios. En particular el PROYECTO ARIADNA “Estudio de sostenibilidad sobre la introducción de un SDDR obligatorio para envases de bebidas en España: análisis ambiental, social y económico comparativo con la situación actual”.



En este nuevo estudio se plantea de la misma manera que los anteriores: parte de una serie de premisas que definen un determinado tipo de sistema de depósito, devolución y retorno de envases que obvia las principales ventajas de esta forma de recogida de envases. Así pues, se ignoran las posibles opciones de utilizar envases reutilizables. Igualmente se saca del estudio la posibilidad de llevar a cabo la retirada de los envases usados en un esquema de logística inversa que utilice el mismo vehículo de reparto para la recogida.

La diferencia fundamental entre los estudios de la Plataforma Envase y Sociedad y el de la Cátedra UNESCO de Ciclo de Vida y Cambio Climático es la herramienta utilizada. En este segundo caso se emplean metodologías complejas de análisis de ciclo de vida, con lo que poner en evidencia los errores y la manipulación de los datos que llevan a los titulares inspirados por las conclusiones del estudio requiere de más dedicación y conocimientos más especializados.

En cualquier caso, el estudio está igualmente cuestionado, tanto por los parámetros elegidos para el análisis de ciclo de vida¹, como por la definición del modelo estudiado². Nuevamente estamos ante la estrategia de la industria del envase de usar y tirar para desinformar y publicar noticias falsas destinadas a crear una corriente de opinión favorable a sus intereses.

b. Censura, veto, acoso e insulto.

A medida que va quedando en evidencia la forma en la que la industria del envase de usar y tirar manipula la información, pasa a cuestionar a las personas que aportan opinión formada e informada sobre el modelo de gestión de residuos.

Ecoembes, Ecoembalajes España, S.A., es una empresa privada con forma de sociedad anónima creada por corporaciones, grupos y asociaciones de empresas relacionadas con los envases de usar y tirar (tales como fabricantes de envases, envasadores, distribuidores de productos envasados y comercios) para gestionar el dinero que obligatoriamente deben destinar a la gestión de los residuos de los envases que ponen en circulación³.

La capacidad de Ecoembes, así como de las organizaciones que forman parte de su accionariado y de las empresas adheridas a su sistema integrado de gestión de residuos de envases, para influir sobre los medios de comunicación llega al extremo de que difícilmente se publica una noticia sobre residuos o se permite a alguien hablar en radio o televisión sobre reciclaje sin el visto bueno de Ecoembes.



Consejo de Administración

Presidente >
Secretario >
Consejeros ▾
D. Jeróni Miró Gaset (Vicepresidente y consejero) Director General Comercial Danone Iberia y Presidente de Aguas Danone España.
D. Tomás Pascual Gómez-Cuétara Presidente de FIAB.
D. Mané Calvo García-Benavides Consejero delegado de GRUPO CALVO.
D. Javier López Zafra Director de Relaciones Externas e Institucionales de L'OREAL España S.A.
D. José Moya Sanabria Presidente PERSÁN S.A.
D. Javier Solans Senén Director General en España y Portugal de Procter&Gamble S.A.
D. Fernando Amenado Ferreira Vicepresidente PAC Iberia. En nombre y representación de Coca-Cola European Partners Iberia.
D. Xavier Ortells Aramí Senior VP Strategy and Transformation de PEPSICO Europe & Africa S.S.
D. Antonio Baladrón Ruiz Director General de ANEP.
D. José Miguel Benavente Rodríguez Director General de ARPAL.
D. Guillermo Valls Albar Presidente de RECIAP ESPAÑA S.L.
D. Arturo Molinero Sánchez Director Recursos Humanos y Relaciones Externas de C.C.CARREFOUR S.A.
D. David Cid León Director General de Compras Derivados del Petróleo de MERCADONA S.A.
D. Jaime Rodríguez Bertiz Presidente y Consejero Delegado de EUROMADI IBÉRICA S.A.
D. Oscar Martín Riva Consejero Delegado de ECOEMBES.

Etiquetas: Consejo de Administración, Oscar Martín

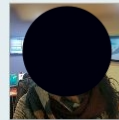


El volumen de ingresos en concepto de publicidad que genera la industria del envase de usar y tirar la convierte en el primer y principal cliente de muchos medios de comunicación. En el caso del periodismo ambiental, que analizaremos más adelante, la cosa es especialmente dramática.

A pesar de esa capacidad de controlar los medios de comunicación de masas existen espacios donde resulta más sencillo publicar información. Ese es el caso de los medios digitales y los blogs. Para evitar que la información publicada en espacios no controlados por Ecoembes como patrocinador, la empresa mantiene una fuerte inversión en seguimiento y control de los contenidos, así como estrategias de posicionamiento de varios miles de euros al mes destinadas a ocultar las publicaciones críticas.

Por su parte el departamento de Comunicación y Marketing en Ecoembes utiliza redes sociales como LinkedIn, Twitter y YouTube para cuestionar a las personas que cuestionan los datos presentados por la

Presupuesto nº P1711373 (29/05/2017)



¡Hola [Nombre]!
Te detallo el presupuesto recomendado para Ecoembes. Quedo a la espera de tus comentarios.
¡Un saludo!

Dpto. de Consultoría Estratégica



Plan de choque de reputación online para ECOEMBES

- **Objetivo:** Generar resultados positivos sobre la empresa que se coloquen en los primeros puestos de Google para desplazar el siguiente artículo más allá de la primera página

<https://www.productordesostenibilidad.es/2016/02/ecoembes-no-es-lo-que-parece/>

[¿Por qué solo existe un Ecoembes? - Expansión.com](#)

El objetivo es copiar la primera página de resultados, de la que no pasa el 98% de los usuarios, para que cuando un usuario busque "Ecoembes" solo aparezcan resultados corporativos positivos y contenidos controlados por nosotros en general.

- **Duración del proyecto:** 3 meses

- **Presupuesto:** 7500€ + IVA

SERVICIOS RECOMENDADOS

Reputación Online para Ecoembes

Acciones a realizar:

- ★ Optimización SEO Onsite de todas las web pertenecientes a ECOEMBES (máximo 4)
- ★ Optimización SEO de las redes sociales de ECOEMBES para que ganen relevancia a la hora de mostrarse en Google
- ★ Redacción, optimización SEO y envío de nota de prensa sobre ECOEMBES con el objetivo de ampliar los resultados de la marca en Google
- ★ Registro y alojamiento anual de dominios ecoembes.net, info.ecoembes.com
- ★ Diseño, maquetación y programación de hasta 3 sitios web Wordpress con un contenido corporativo positivo cada uno de ellos sobre ECOEMBES
- ★ Estrategia SEO y Linkbuilding para posicionar los nuevos dominios para la búsqueda corporativa
- ★ Trabajos de LinkBuilding y generación de visitas cualificadas sobre resultados positivos sobre ECOEMBES susceptibles de ser posicionados en primera página. Por ejemplo los que se generen gracias a la nota de prensa enviada al inicio de este proyecto.
- ★ Redacción y publicación de dos artículos corporativos en 2 medios de comunicación online relevantes.
- ★ Reporting mensual de resultados

Total
7500€
(pago único)

Efectividad del proyecto: Dada la volatilidad de los resultados de Google y al cambio constante de su algoritmo de posicionamiento, no podemos garantizar los resultados propuestos. Sin embargo si garantizamos la total realización de las acciones propuestas y las avalamos con nuestra experiencia de más de 15 años en el sector.

Opcional: 1 hora de consultoría con nuestro departamento legal especializado en derecho digital por si se quieren explorar otras vías de acometer el problema de reputación. (Consultar precio)

Mantenimiento: Una vez finalizado el proyecto, en función de los resultados obtenidos, propondremos un plan de mantenimiento mensual consistente en acciones de control y optimización SEO incluyendo paquetes de linkbuilding y/o contenidos.



Alexander Sasieta @asasieta · 1 h

En respuesta a @alvizlo

Como comprenderás Alberto, troll a sueldo, no me voy a poner a hacerlo por aquí. Soy de párrafo largo y sería eterno. Nos tomamos un café y discutimos cuanto quieras.

Yo tampoco tengo muchas más tiempo. Un placer!



organización.



Nieves Rey
@nievesrey

Seguir

En respuesta a @Chema_aa

Chema, nunca se ha hecho por parte de @ecoembes. Es rotundamente falso lo que se afirma en ese artículo. A tu disposición :)

13:20 - 14 ago. 2016

1 Me gusta



Alberto @alvizlo · 15 ago. 2016

En respuesta a @nievesrey @Chema_aa @ecoembes

Nieves ¿podrías concretar qué se afirma en el artículo que sea "rotundamente falso" para corregirlo? Gracias



Nieves Rey @nievesrey · 16 ago. 2016

para qué @alvizlo? Tengo un gran proyecto x el q trabajo intensamente de forma honesta y constructiva y no me caben polémicas #fin

c. Asociaciones ecologistas.

Una de las líneas estratégicas de la industria es vincular su imagen a la de la conservación de la naturaleza. Una de las actuaciones más destacadas, a medida que crecía la conciencia sobre el impacto de los plásticos de usar y tirar, ha sido la puesta en marcha del Proyecto Libera.

Con esta iniciativa Ecoembes saca a voluntarios al campo para que recojan residuos, la mayor parte de los mismos envases adheridos al sistema integrado de gestión: una paradoja que invita a la reflexión.

En 2017, la iniciativa creada por SEO/BirdLife en alianza con Ecoembes ofrece ayudas que incluyen labores de asesoría y una dotación de hasta 1.500 euros a 50 asociaciones y colectivos (medioambientales, vecinales, deportivos...). En 2018 la influencia se extiende hasta 80 organizaciones.

En la línea de las actuaciones de *Keep America Beautiful*, comentadas anteriormente en este mismo documento, Ecoembes anula con esta campaña las posiciones críticas con el envase de usar y tirar como fuente de residuos abandonados en la naturaleza, y fija en el imaginario colectivo el término (inventado para la ocasión) “basuraleza”¹.

Este posicionamiento permite a la organización entrar también en otros ámbitos, como la educación ambiental y los centros escolares, canalizando acciones enfocadas a normalizar el uso de envases de usar y tirar en la población más joven y más sensible a asumir la tercera de las tres erres como la mejor opción.

Las actuaciones, copiadas de las que desarrolló la industria del tabaco medio siglo antes para distraer la atención sobre las evidencias que ponían de manifiesto los riesgos del tabaquismo, tratan de evitar que nos centremos en la reducción del consumo de envases de usar y tirar como solución al problema del impacto de los plásticos de usar y tirar.

d. Periodismo y medio ambiente.

Otro ámbito estratégico de actuación de la industria del usar y tirar es el periodismo. En particular destaca la relación de Ecoembes con la Asociación de Periodismo de Información Ambiental (APIA). Llama la atención que Ecoembes, patrocinador del evento, recibiese el premio a la transparencia informativa en el Congreso Nacional de Periodismo Ambiental organizado por APIA².

El compromiso de los sistemas integrados de gestión de residuos con la información ambiental se refleja en la cantidad de profesionales del sector que directa o indirectamente tienen su nómina cubierta gracias las decenas de millones de euros que estas organizaciones destinan a medios afines a sus mensajes, a jornadas de periodismo ambiental³ o una cátedra universitaria, en la que parte del organigrama de Ecoembes se redondea el sueldo, a la vez que deforma la mente de todo aquel que pueda tener algo que ver con la toma de decisiones en materia de residuos, si es necesario con una beca a cuenta de los residuos de envases.

Así es relativamente común encontrar a periodistas que reproducen como su

propia opinión notas de prensa escritas por el sistema integrado de gestión de residuos de envases¹.

También hemos visto medios de comunicación y periodistas que nunca antes se habían preocupado por la gestión de residuos posicionarse², con curiosos y costosos reportajes de investigación, al lado de los intereses de la industria del usar y tirar.

e. Politización del discurso.

El último paso en la manipulación del debate sobre gestión de residuos de envases ha sido la politización del discurso. La principal alternativa al modelo de gestión basado en contenedores amarillos es la introducción de sistemas de depósito, devolución y retorno de envases (SDDR).

Los SDDR están contemplados en la legislación española sobre envases y residuos de envases desde la década de 1990, siendo una de las propuestas que la Unión Europea reitera a España como una de las opciones para mejorar sus resultados en materia de gestión de residuos.

A pesar de ello los sistemas integrados de gestión no han perdido la oportunidad de vincular los SDDR a la propuesta de la organización Retorna, con sede en Barcelona y principal impulsora de las experiencias piloto llevadas en Cadaqués en 2013 y otros municipios posteriormente.

Recordemos que como respuesta al creciente interés por el SDDR se puso en marcha la Plataforma Envase y Sociedad, cuya actividad se ha comentado anteriormente en este mismo documento.

En julio de 2015 Julià Álvaro, coportavoz de Verds-EQUO País Valencià, pasa a ser Secretario autonómico de medioambiente y cambio climático del Gobierno de la Generalitat Valenciana. Es uno de los defensores del SDDR, defendiendo una propuesta que cuenta con la oposición frontal de la industria del envase de usar y tirar, lo que acaba costándole el puesto³.

Estas circunstancias han sido utilizado por distintos medios de comunicación para calificar el SDDR como una propuesta ecologista y vincularla a intereses independentistas. Entre los promotores de esta asimilación ideológica destaca una falsa plataforma⁴ creada expresamente para difundir información falsa a favor de los intereses de la industria del envase de usar y tirar.

Una cuestión particular en relación al futuro de la gestión de residuos de envases es la creación de una corriente de opinión favorable a la nacionalización. Es algo que no se contempla ni técnica ni legalmente, en tanto que los sistemas integrados de gestión de residuos responden al interés particular de quienes ponen en el mercado envases de usar y tirar⁵.

Pero las dificultades que afronta la mejora de la gestión de residuos parecen apuntar a la necesidad de esos sistemas integrados de gestión de trasladar más costes y responsabilidades a las administraciones públicas.

¿A quién interesa que se politice el debate? Sin lugar a dudas a quienes quieren evitar el consenso político en relación a los cambios en el modelo de gestión de residuos de envases que la Unión Europea propone a España.

Modificar la normativa estatal para favorecer la implantación de sistemas de

depósito, devolución y retorno requiere de mayorías que pueden condicionarse si se asocia esta forma de recoger y gestionar los residuos a movimientos políticos minoritarios. Así, vincular SDDR e independentismo es una estrategia para que los grandes partidos nacionales decidan desvincularse. A pesar de que técnicamente sería una forma de mejorar la gestión de residuos de envases y legalmente se encuentra contemplada en las directivas europeas y en el ordenamiento jurídico español desde la década de 1990.

El riesgo de esta politización está en traducir en normativa legal los intereses de la industria del envase de usar y tirar. Ya ha ocurrido anteriormente con propuestas como el Modelo de Ordenanza Marco de Recogida de Residuos de la Federación Española de Municipios y Provincias¹.

5. El antídoto.

Podemos contrastar la información corporativa de la industria del envase de usar y tirar, es cuestión de voluntad y rigor. Educadores, periodistas, activistas, políticos, ciudadanos... todos podemos acceder a la información ambiental. Sin necesidad de alegar un interés concreto. Lo garantiza la *Ley 27/2006, de 18 de julio, por la que se regulan los derechos de acceso a la información, de participación pública y de acceso a la justicia en materia de medio ambiente*².

Según esta norma cualquiera puede solicitar información ambiental (los datos sobre producción, gestión y tratamiento de residuos lo son) a las administraciones públicas sin necesidad de alegar un interés concreto para cursar esa petición.

Un ejemplo:

En la "Estrategia de Gestión Sostenible de los Residuos de la Comunidad de Madrid", se indica que se recogen en la bolsa resto 25,97 kg/hab.año de envases ligeros y en los contenedores de recogida específica de bolsa amarilla 11,20 kg/hab.año. Es decir, el 65,81% de los envases son recogidos en la bolsa resto y el 28,39% en bolsa amarilla.

¿Cómo es posible que reciclemos 70% de los residuos de envases si apenas un 30% se destina a un tratamiento específico de clasificación y recuperación?

No es posible, pero necesitamos personas que comparen la información ambiental con las fake news, la propaganda y la desinformación ambiental de la industria del envase de usar y tirar.

6. Conclusiones y propuestas.

Estamos ante un problema de dimensiones globales. Los impactos económicos, sociales y ambientales del plástico de usar y tirar son uno de los grandes retos a resolver en los próximos años. Su impacto en nuestra salud es cada vez más evidente y pone de manifiesto la necesidad de buscar alternativas de producción y consumo.

Las grandes corporaciones tienen capacidad para decidir cómo y dónde producen, envasan y distribuyen los productos que ofrecen a los consumidores. Por eso la legislación las responsabiliza, desde la década de 1990 de cubrir los costes de recogida y gestión de los productos que con su uso se convierten en residuos.

Fabricantes, envasadores y distribuidores tienen capacidad para resolver el impacto que generan los envases de plástico. Pero también para ocultar la información disponible y desviar la atención pública de las posibles alternativas al actual modelo de consumo.

No disponemos de suficiente información sobre la cantidad de residuos de envases que actualmente se gestionan, ni trazabilidad sobre los procesos de tratamiento que reciben o el destino final de los mismos.

Necesitamos más información y más transparencia para poder tomar decisiones basadas en la realidad del impacto causado por los envases de usar y tirar.

No podemos dejar en manos de los sistemas integrados de gestión de residuos de envases la educación ambiental.

Tenemos que conseguir alternativas de financiación para que medios de comunicación, periodistas, organizaciones no gubernamentales y educadores ambientales, entre otros, puedan ejercer de forma independiente a los intereses de la industria del envase de usar y tirar.

Es necesario exigir a las administraciones competentes independencia de los sistemas integrados de gestión de residuos, así como una actitud vigilante sobre su actividad, evitando que se conviertan en herramientas para perpetuar un sistema insostenible de producción y consumo.

La solución a los impactos del plástico pasa por la participación de todos los agentes, no podemos permitir que unos abusen de una posición de dominio para imponer sus propuestas a otros.

Está en nuestra mano acabar con el plástico de usar y tirar: basta ser conscientes y hacer todo lo que podamos para disminuirlo en nuestro día a día. Desde rellenar la botella con agua de grifo, o comprar productos locales y de temporada en tiendas de barrio, a adoptar formas de vida sin plástico desechable.

Tenemos poco tiempo, cuanto antes empecemos a hacer gestos, por pequeños que sean, menor será la cantidad de plásticos que habrá que retirar y gestionar.



7. Referencias.