Esta polémica vai en botella

O consumo de auga envasada dispárase a pesar do aumento das críticas polo seu impacto ambiental

ALEJANDRO BOLAÑOS Venres 22 de Agosto de 2008

A vida de Boone Pickens, un multimillonario que se axusta ao ideal de empresario feito a si mesmo, está entre as favoritas da prensa estadounidense. Forxou a súa fortuna hai medio século nas explotacións petroleiras de Texas. E, con 80 años, segue interesado no subsolo. Só que agora, en vez de reservas de ouro negro, compra reservas de auga. Un próspero negocio, que ten na industria embotelladora a súa máxima expresión. Nunha década, o consumo mundial de botellas de auga duplicouse. Mais, a unha velocidade aínda maior, sucédense os chamamentos para restrinxir o seu consumo.

O petróleo e a auga embotellada rivalizan por ser a mercadoría cuxo comercio xera máis diñeiro no mundo. En ambos os casos, Estados Unidos é, con diferenza, o primeiro consumidor. E é tamén en EE.UU. onde o regueiro de críticas colleu a forza dun torrente. Por exemplo, o *Pacific Institute* fixo públicas estas estimacións: precisáronse 100 millóns de barrís de petróleo para producir o plástico de todas as botellas que se empregaron no 2006 no mundo. Case todas son de PET, pero en EE.UU só se recicla un 14%.

O Restaurante Avenida XXI de Donosti sumouse á campaña do Concello para servir auga da billa nos seus menús- J. IRIARTE

Máis madeira verde. O *Earth Policy Institute* quixo facer fincapé nas distancias percorridas (e no impacto ambiental do combustible gastado) para subministrar un produto que, en condicións máis que suficientes para o seu consumo, tamén se ofrece a través das billas cun custo enerxético infinitamente menor.

Nunha década, duplicouse a demanda mundial de envases

Gástanse millóns de barrís de cru na súa fabricación e transporte

O sector opina que outras bebidas menos saudables teñen o mesmo impacto

Chicago grava as botellas; Donostia promove a auga da billa

O caso favorito dos ecoloxistas é o de Fiji Water, unha marca cun meteórico éxito en Estados Unidos. A súa botella cadrada é un complemento habitual de moitos famosos, fascinados polo seu exotismo: a auga provén dun acuífero baixo dunha tupida selva desta illa (Fidxi) do Pacífico, da que a compañía destaca que está a "centos de quilómetros de distancia de calquera continente". Aquí atacan as asociacións ecoloxistas: para chegaren aos seus consumidores norteamericanos, as botellas deben percorrer unha enorme distancia en barco, co gasto en combustible que iso supón. E, o que é máis grave aínda, nesta recóndita illa do Pacífico, case un terzo dos seus habitantes carece de acceso garantido á auga potable.

A pesar das críticas, o ritmo de expansión da industria non decae. No 2007 consumíronse no mundo case 190.000 millóns de litros, un 47% máis que no 2002. E coa auga “está pasando como ocorreu co viño, hai moito interese por coñecer augas con características singulares", segundo comenta Andrea Gambus, de Wawali, unha empresa especializada na distribución de augas *premium*. Nas cartas dos restaurantes máis luxosos, figuran augas que proveñen dun manancial baixo un volcán xaponés (Finé), da chuvia recollida en Tasmania (Cloud Juice), ou filtrada de glaciares canadenses (Berg). Se o prezo da auga mineral máis común é, en comparación coa que sae da billa, entre 350 e 1.000 veces máis caro, nestes casos a diferenza é disparatada. Unha botella de Bling, decorada con cristais de Swarovksi, pasa por ser a exclusiva do mundo: non se atopa por menos de 35 euros, case 40.000 veces máis que o prezo medio da auga.

España non é Estados Unidos

"En España, a situación é moi distinta", opón Irene Zafra, secretaria xeral de Aneabe, a asociación que representa o sector. "A inmensa maioría da auga embotellada que se consome aquí é de produción local, non

hai case importación, e o custo de transporte é moito máis reducido", sinala.

En Estados Unidos, máis dun terzo da auga embotellada é, simplemente, auga da billa, tratada ou non; un negocio monopolizado por Nestlé e Danone, os dous líderes mundiais. En España, o 96% son augas minerais naturais. "O que se está ofrecendo é un produto absolutamente natural, que non compite nin ten que compararse coa auga da billa", explica Zafra. A dirixente de Aneabe lembra que "está prohibido" tratar a auga que se recolle dun acuífero, que ten que pasar 12 análises ao año, e aduce que o seu contido en minerais é beneficioso para algunhas doenzas.

En canto aos reproches ambientais, a taxa de reciclado do plástico en España é maior (32,5%) e Zafra subliña o esforzo da industria por reducir o peso das botellas (agora son un 45% máis lixeiras que hai dúas décadas) e, desa maneira, o custo enerxético do transporte. A dirixente de Aneabe alega ademais que outras bebidas incorren en custos similares ou maiores, "cando é moito máis saudable beber auga embotellada".

Hai alternativas

No Estado, as críticas apenas se traduciron en iniciativas concretas. A que abandeira o Concello de Donosti desde hai un tempo é a máis rechamante. 70 establecementos donostiarras adheríronse á súa campaña para substituír as botellas por auga da billa nos menús. "Aquí a auga da rede é de altísima calidade. O noso obxectivo é reducir na orixe a produción de residuos", sinala Victoria Iglesias, directora de medio ambiente da corporación vasca.

"Queremos concienciar o cidadán da importancia dun consumo responsable. É unha solución máis económica, máis respectuosa co medio", defende Iglesias. O Concello predica co exemplo: non se compra auga envasada e nas reunións oficiais a auga, da billa, sérvese en xerro.

"O consumidor debe ter en conta o impacto ambiental dunha botella, pero en moitas cidades o sabor da auga da billa é moi malo", recalca Rubén Sánchez, portavoz da asociación de consumidores Facua. É un mal xeneralizado na costa mediterránea. "Hai que investir máis nos sistemas de abastecemento", mantén Sánchez. Outra opción contra o mal sabor son os filtros, un investimento que se amortiza nuns cantos meses.

Pero para as asociacións de consumidores, a principal preocupación é como a industria leva ao límite a publicidade. "Denunciamos casos nos que se xoga coa idea de que a auga embotellada axuda a adelgazar ou ten propiedades como a hidratación, que son comúns a calquera tipo de auga, mineral ou non", explica o portavoz de Facua. "Depreciouse a imaxe da auga da billa, cada vez dá máis apuro pedir un vaso de auga en vez dunha botella nos restaurantes", opina Iglesias.

A outra cara do negocio

As denuncias ecoloxistas sobre problemas similares en países emerxentes son habituais. En China, Brasil ou Indonesia, o crecemento do consumo de auga embotellada é vertixinoso. Mais, tamén medra o número de persoas que non teñen garantido o consumo de auga potable. Segundo a Organización Mundial da Saúde, hai máis de 1.000 millóns de persoas nesta situación. Para reducir á metade esa cifra antes de 2015, a ONU avogou por duplicar os 10.000 millóns de euros que se gastan ao ano en sistemas de abastecemento e redes de sumidoiros. Moi por debaixo dos 70.000 millóns que se destinan a pagar botellas de auga no mundo.

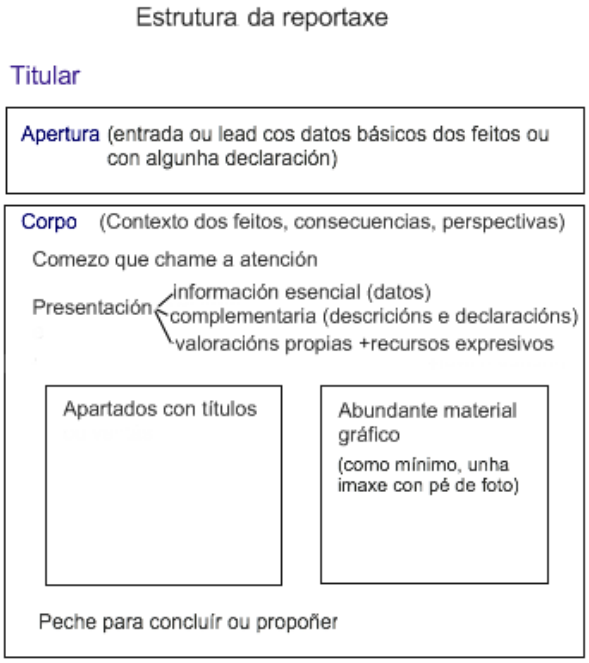
Se hai un argumento común nos conflitos que se auguran para os próximos anos, ese é o acceso á auga. En Texas, a árida terra na que Boone Pickens se fixo rico, un dito popular sintetízao así: "Para beber, whisky; para pelexar, auga".

Adaptado de *El País*

ACTIVIDADE 3 Características da reportaxe. Estrutura e Fórmulas para captar atención. (Interactiva) > Solucionar cuestionario

A reportaxe é un xénero xornalístico que pode ser informativo, como a noticia, ou combinar información e opinión. Este segundo tipo é o que traballaremos nós. Farémolo ampliando os datos da nosa noticia, explicando as circunstancias (sobre todo o como e o porqué) e incluíndo o punto de vista de diferentes persoas (os avós e avoas).

Estrutura



É especialmente relevante o seguinte:

A apertura (entrada ou lead) é un pequeno parágrafo que intenta espertar a curiosidade do lector. Presenta os trazos tipográficos da entrada típica: letra negra ou cursiva e separación do corpo da noticia. Aínda que tamén pode aparecer no inicio do corpo da reportaxe.

O corpo. Segue sempre unha orde, un fío condutor ao narrar e expoñer os feitos. Esa orde pode ser cronolóxica, explicativa ou doutro tipo. Soe haber diferentes apartados, cun título cada un, para desenvolver distintos aspectos. Cada parágrafo conecta co anterior.

O peche é un parágrafo no que se conecta coa idea central elaborando unha conclusión ou unha proposta.

ACTIVIDADE 4 Planificación. Recolleita de datos. Niveis e rexistros? (Interactiva?) > Esquema do borrador

A reportaxe é un xénero xornalístico que permite ampliar e debullar o como e o por que dos feitos da noticia. Para preparala, imos apuntando as cuestións seguintes .

- Posíbel título (orixinal, pero mantendo o tema da noticia escollida e analizada):
- Que aspectos nos interesa desenvolver (causas e consecuencias dos feitos, diferentes perspectivas sobre o tema, etc.):
- Onde nos imos documentar para profundar no tema e cales poden ser as fontes de información máis fiábeis:

Biblioteca:

Internet:

Entidades e persoas coas que podemos contactar:
- Que preguntas (ben escollidas) habería que facerlles:
Anota as fontes de información en cada caso, pois haberá que citalas.
- Coa opinión de cales persoas sería interesante contar:
- Que preguntas (ben escollidas) habería que facerlles:
- Que material gráfico (imaxes, táboas...) se podería incluír para facela máis atractiva:

ACTIVIDADE 5 Composición. Recursos para organizar, captar, citar, expresar opinión. (Pautas para seleccionar) > Borrador
Para confeccionar o esquema e o borrador da reportaxe escrita:
Ordenamos a información e opinións recolleitas. Desbotamos o repetido e organizamos as ideas clave nun esquema con distintos apartados e posíbeis parágrafos.
Na **apertura** centraremos o tema e intentaremos que capte a atención. Iso podémolo facer cun resumo actualizado dos feitos, coa revelación de algo oculto na noticia, con algunha suposición intrigante, cunha anécdota que ilustre o tema...
No desenvolvemento do **corpo** recolleremos ordenadamente o contido e as interpretacións xurdidas na investigación. Faremos distintos apartados, encabezados por un título, para abordar diferentes subtemas.
Escollemos os fragmentos máis significativos das entidades ou persoas implicadas e introducímolos en distintos momentos empregando as aspas ("...") e indicando quen o di. Por exemplo:

"...", sinala / matiza / lembra / explica / indica / recomenda / expón / asegura o director.
Xesús afirma / sostén / revela / advirte / demanda / esixe / descóbrenos / aconsella que "..."

Se hai informacións contraditorias, deixamos claro quen defende cada postura e por que.
Incluímos valoracións propias con recursos de modalización. Lembremos:
Finalizaremos cun parágrafo de **peche** que conecte coa idea central: unha conclusión, unha proposta...
Situamos o material gráfico e poñemos algún pé de imaxe explicativo.
Redactamos seguindo o modelo

ACTIVIDADE 6 Revisión. (Folla de control) > Versión definitiva

Para revisar a reportaxe:
- Atendiches o contexto no que se produciron os feitos, as consecuencias do que aconteceu ou distintas perspectivas sobre o que pasou?
- Incluíches valoracións propias sobre os feitos?
- Tomaches información de persoas participantes ou interesadas nos feitos?
- Axustaches e resaltaches tipograficamente o titular e a entrada (lead)?
- Recolliches na entrada (lead) as cuestións básicas (que, quen, onde, cando, como e por que) ou ben declaracións de persoas participantes nos feitos?
- Intentaches chamar a atención dos lectores no comezo do corpo da reportaxe?
- Combinaches información esencial (datos) e complementaria (descricións, declaracións), alternándoas para manter o interese?
- Creaches apartados con títulos ou ventás para resaltar diversos aspectos e facilitar a lectura?
- Achegaches abundante material gráfico, como varias imaxes?
- Botaches man dalgúns recursos expresivos?
- Empregaches un léxico axeitado e variado?
- O texto está ben enfiado, con conectores adecuados e oracións non longas, e ten unha expresión correcta?