

## *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 anos, 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%.

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.



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

*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 Swarovski, 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*