

PROPUESTA: MEDIO AMBIENTE



Los pilares de la propuesta: información al ciudadano, I+D, regulación legislativa, y transición social y económica.

Información al ciudadano: repercusión real del cambio climático más local

Se propone realizar una campaña de información, desde el Gabinete de Comunicación de la Comisión Europea, sobre las implicaciones reales del calentamiento global.

-Se pretende “**despolitizar**” la crisis medio ambiental aportando datos y consiguiendo que el ciudadano medio pueda entender el significado de estas cifras. Un claro ejemplo, sería explicar de manera eficaz lo que implica para el planeta la subida de 1,5 grados centígrados; esto no es “pasar más calor” o “tener un estupendo veranito más largo de lo normal” sino que “comprende grandes problemas”. ¿Cómo? pretendemos acercarnos a la ciencia, a los hechos fácticos para evitar que las personas puedan ser manipuladas por campañas políticas que pretenden desacreditar o exagerar el problema medioambiental. Si nos basamos en datos, y la gente comprende su significado, podremos evitar que los partidos políticos usen nuestro planeta y su bienestar como baza electoral.

–**Actuar en ámbitos locales:** basándonos en la idea de la plataforma de [“Lo que Europa hace por mí”](#), consideramos que podría ser una buena idea utilizar este medio para hacer llegar a los europeos información y anuncios de lo que podría significar el cambio climático en su región. Hemos llegado a la conclusión de que los anuncios que apelan a los “pingüinos y osos polares en el ártico” no surten efecto pues no sentimos que sea algo que nos afecte directamente. En cambio, si las personas pudiéramos ver los efectos del cambio climático en nuestras ciudades, tomaríamos mayor conciencia y seríamos mucho más efectivos implementando cambios en nuestros estilos de vida.

A continuación señalamos un ejemplo del **nuevo enfoque de comunicación** que proponemos. La primera situación hace referencia a lo que se ha venido realizando hasta ahora desde el campo publicitario, que en nuestra humilde opinión, no ha dado grandes resultados. En cambio, el segundo escenario hace referencia a la posible situación que podría llegar a darse si aplicásemos este nuevo rumbo publicitario.

- Enfoque habitual: Son las 12:00h y estamos a 35°C. Tenemos el aire acondicionado puesto. Nos encontramos inmersos en redes sociales o viendo la televisión y vemos un anuncio de un oso polar muriendo. Automáticamente nos podría dar pena o podríamos pensar que eso nos queda lejos y es un tanto exagerado. Seguimos con la misma actitud. Son las 14:00h, estamos a 38oC y subimos el aire acondicionado.
- Enfoque nuevo: Son las 12.00h y estamos a 35°C. Tenemos el aire acondicionado puesto. Nos encontramos inmersos en redes sociales o viendo la televisión y vemos un anuncio en el que figura nuestra ciudad, nuestro parque o playa al que solemos ir los fines de semana. Automáticamente, ese paraje cambia radicalmente y vemos que ya no hay parque ni playa. NO seguimos con la misma actitud. Nos paramos a pensar. ¿Me afecta? Sí, mucho. ¿La causa? “El famoso cambio climático del que tanto he oído hablar, ese aumento de 1,5°C.” ¿Puedo hacer algo? “He escuchado que el aire acondicionado es perjudicial para el planeta”. Son las 14.00, estamos a 38°C, pero ya hemos apagado el aire acondicionado; no queremos quedarnos sin nuestra playa a la que solemos ir los domingos, sin nuestro parque al que solemos ir a correr, sin nuestro bosque en el que hacemos excursiones.

-Crear una **plataforma web oficial de la UE**, atractiva y sencilla en la que se facilite un listado actualizado con todas las empresas que son “ecofriendly”. De esta manera, el consumidor podría comprar los productos sabiendo, por ejemplo, la huella de carbono que han producido y podría tomar una decisión mucho más informada. Se plantea incluso diseñar una aplicación móvil que facilite el acceso a estos datos.

Invertir en I+D

-Invertir en el desarrollo de **nuevos materiales** que puedan sustituir al plástico y nuevas maneras de envasado de tipo conservativo frente a los envasados de tipo decorativo. (Ej: los blisters usados en los supermercados para envolver a las verduras.). Sustituir los plásticos por materiales biosintetizados (ej: bolsas de almidón de arroz/patatas). (vid. Bloque III). En general se propone destinar **fondos a la promoción de empresas** cuyo objeto sea el desarrollo de materiales biosintetizables y/o biodegradables en todos los sectores (industrial, textil, servicios, aeroespacial etc.) con la finalidad de que tengan la capacidad suficiente para entrar en competencia y eliminar al plástico del mercado.

-Se esbozaron ideas sobre el impacto y eliminación de la chatarra espacial.

-Invertir en **planes renové en ciudades** (Ej: “Madrid Central – 360” y similares)

-Desarrollar nuevos métodos de gestión de residuos.

-Investigar posibles métodos para lograr una **mayor eficiencia energética**.

Regulación legislativa más potente

Se ha incidido en que la UE no interviene directamente en el establecimiento de tipos impositivos ni en la recaudación de impuestos, sino que es cada Gobierno nacional el que decide los importes que pagan los contribuyentes y la manera en que se gastan los impuestos recaudados.

No obstante, como la UE supervisa las normas fiscales nacionales en determinados ámbitos, se plantean diversas propuestas:

–**Aumentar el presupuesto europeo** dirigido a cuestiones medioambientales (teniendo que reducirlo, muy a nuestro pesar, en otros aspectos para poder paliar este incremento) para poder financiar a países con dificultades en la descarbonización.

–**Recompensar a las ciudades y/o empresas sensibilizadas** con los problemas medioambientales. Para ello se plantea crear un sistema de concesión de premios y distinciones para retribuir a toda aquella entidad/Administración o Gobierno que haya respetado las necesidades de nuestro planeta y haya sido ecológicamente responsable. Dotar a estos referentes con bonificaciones dinerarias, tendría como finalidad principal que pudieran usar este dinero para seguir perfeccionando lo que han realizado. Esto además podría generar un “efecto llamada” al resto de organismos, que con el afán de conseguir este galardón y la cuantía asociada a la misma, se actualizarían para lograr ser más ecológicos y respetuosos con el entorno que les rodea.

-Realizar **inversiones públicas verdes** que creen puestos de trabajo (vid. bloque IV) y abran nuevos horizontes a las empresas.

-Establecer **limitaciones acerca del multi-envasado** de los productos que se hacen con el fin único de hacerlos atractivos para el consumidor. Como ejemplo podríamos citar las cajas de cartón que aumentan considerablemente el volumen de envasado en la industria cosmética y farmacéutica (vitaminas, pasta de dientes, perfumes, etc.). Por otro lado, se hace referencia a la imperativa necesidad de acabar con los plásticos, y no solo los de un solo uso.

Esta última propuesta, aunque *a priori* podría resultar cuanto menos utópica y relativamente inviable considerando el gran papel que tienen los plásticos en nuestra vida, podría ir implementándose siguiendo determinados cauces, que planteamos a continuación:

- **Incentivar a las empresas** del sector de la creación de materiales biodegradables y biosostenibles para que puedan acceder al mercado en situación de ventaja competitiva frente a las grandes empresas creadoras y suministradoras de plásticos. De esta manera, su producto final destinado al “packaging” podría competir con los plásticos, siendo igual de caro comprar este último material que uno sostenible.
- **Evaluar** la necesidad real de los envases “individualizados” de los productos de supermercado y mercado conforme a exigencias higiénico-sanitarias debidamente constatadas, como es el caso de la industria cárnica donde se precisa de una separación efectiva de la carne de ave respecto al resto frente al absurdo de envasar el plátano canario para protegernos de “no se sabe qué”. Si esta necesidad no fuese real, se propone eliminar, desde una óptica legislativa, esta forma de distribución de los productos por su alto efecto de generación de residuos; y si se demostrara su necesidad real, la obligatoria sustitución del plástico por materiales biosintetizados (ej: bolsas de almidón de arroz/patatas). Se propone extender la evaluación de la necesidad del uso derivado de los plásticos a cualquier otro tipo de sector (industrial, textil, servicios, aeroespacial etc.).
- Elaborar una **legislación ambiciosa medioambiental** que incluso llegue a prohibir la fabricación, distribución y la utilización de plásticos en determinados sectores en los que no sea absolutamente imprescindible su uso. (Envasados, y bolsas de plásticos para la venta al por menor de libros, ropa, artículos tecnológicos, etc.). Consideramos que no basta sólo con prohibir los plásticos de un solo uso.

De todas maneras, se plantea en la mesa que la UE debería favorecer políticas cuyo objetivo fundamental fuera la **no generación de residuos** en ningún punto del proceso de transformación de los productos; por ejemplo en el sector agrícola habría que estudiar la no generación de residuos en lo que se refiere a los cultivos (invernaderos), la recolección, la fabricación y procesado del producto, la distribución y posterior venta al usuario final; frente a la actual política que trabaja en la línea de reducir los perjuicios que originan todos estos residuos generados en las distintas fases, es decir, las llamadas políticas de gestión de residuos que ni siquiera son competencia directa de la Unión Europea sino que en muchos casos se reducen a una mera competencia municipal. Debería generalizarse el buen sistema de recompensa utilizado en los países nórdicos en la gestión de los envases retornables (ej: latas de aluminio y botellas de vidrio y PET) donde el consumidor final recibe de manera directa una compensación por una buena gestión del residuo.

-Por otro lado, se propone que la **política sancionadora común de la UE** con respecto a los problemas medioambientales se ejecute y aplique sin excusas y se reduzcan sus plazos ejecutivos de manera que las sanciones sean efectivas sobre las políticas de los estados miembros, es decir, las sanciones no pueden aplicarse con tanto retraso que el daño ambiental que se pretende corregir se haya estado ocasionando durante todo el tiempo en el que la burocracia no ha resuelto el problema.

También se plantó la imperativa necesidad de que las sanciones fueran mucho mayores con dos posibles objetivos: frenar de manera rápida el daño medioambiental y obtener fondos económicos para revertir el daño ya causado. Desde otra vertiente, se abrió una línea de debate sin conclusiones acerca del transporte aéreo, su coste real y la necesaria y razonable rentabilidad de las compañías aéreas.

Transición social y económica para facilitar su buena acogida

La implementación de algunas de las anteriores propuestas crearían sin duda alguna fuertes repercusiones sociales y económicas, con el consiguiente rechazo a su implantación. Es por ello que para paliar las posibles consecuencias se plantean las siguientes propuestas:

–**Planes públicos de reconversión de los sectores tradicionales** (minería, producción de energía eléctrica, fabricación de plásticos y materiales no biodegradables etc.) con políticas de formación y reciclaje de empleos en los nuevos sectores energético-renovables y de fabricación de materiales biosintetizables y/o biodegradables.

-Se deberá fomentar la implementación de **ayudas sociales** que faciliten al ciudadano el acceso a productos que han sido elaborados siguiendo cauces respetuosos con el medio ambiente. No obstante, se puntualizó la difícil viabilidad práctica de implementar estas ayudas.

-Lograr crear centros de ciudades a las que sólo se pueda acceder mediante transporte público para evitar la contaminación.

Alumnos y alumnas que han participado en la elaboración de esta propuesta:

Alicia Mejía Caba, Daniel Gil Santos, Elena Pons, Hanne Gewecke, Marina de la Fuente Rivera, Maxilian Geiger, Pablo Mingote Lladó, Santiago Castro Sánchez y Violeta García.

Portavoz: Elena Pons.

Expertos y expertas:

- Leslie Crawford. Directora de Comunicación Internacional en Acciona.
- Carlos Campillos. Experto en Relaciones Internacionales y Cambio Climático.

Fecha de creación

29 octubre, 2019