

Un video para reflexionar sobre nuestros hábitos de consumo

Con motivo del Día Mundial del Agua, el día 22 de marzo de 2002 [The Story of Stuff Project](#) lanzaba su corto **“La Historia del Agua Embotellada”**.

El vídeo explica cómo las empresas **“fabrican la demanda”** para conseguir que los norteamericanos compren más de 500 millones de botellas de agua mineral por semana aún disponiendo de agua de grifo, los **ataques de la industria del agua embotellada contra el agua del grifo** y el uso de publicidad basada en temas medioambientales, para ocultar los problemas con el reciclaje del plástico que produce.

{youtube}9ICFp-7RgS4{/youtube}

Aquí presentamos la transcripción del video:

Esta es la historia de un mundo obsesionado con las cosas. Es la historia de un sistema en crisis. Estamos destrozando el planeta, estamos destruyéndonos los unos a los otros y encima ni siquiera estamos disfrutando. La buena noticia es que cuando empezamos a comprender cómo funciona el sistema también empezaremos a ver mil formas de darle la vuelta a los problemas para encontrar soluciones.

La Historia del Agua Embotellada, o cómo la “creación de demanda” fomenta lo que no necesitamos y destruye lo que es realmente necesario.

Uno de los problemas de intentar utilizar menos cosas es que a veces tenemos la sensación de que las necesitamos de verdad. Por ejemplo, si vives en una ciudad como Cleveland y quieres beberte un vaso de agua, ¿te vas a arriesgar a tomarla del grifo? ¿O mejor te compras una botella de agua Fiji?

Fiji estaba convencida de que la respuesta a esta pregunta era obvia, así que creó toda una campaña de márketing que resultó

ser una de las estrategias más absurdas de la historia de la publicidad. A la ciudad de Cleveland no le gustó ser el objeto de las bromas de las botellas de Fiji, así que llevó a cabo unos análisis cuyos resultados indicaron que un vaso de agua Fiji es de calidad inferior, sabe peor y cuesta miles de veces más.

Esta es una historia que se repite cada vez que se compara el agua del grifo con el agua embotellada. **¿Cuál es más limpia?** A veces una, a veces la otra. En muchas ocasiones, el agua embotellada está sujeta a menos controles que el agua del grifo. **¿Cuál sabe mejor?** En diferentes pruebas que se llevaron a cabo en todo el país, el consumidor prefería de forma sistemática el sabor del agua del grifo.

Las empresas comercializadoras de agua embotellada afirman que solamente cumplen con la demanda del consumidor. Pero, **¿quién demanda un producto que sabe peor, que es menos sostenible y mucho más caro?** Y menos aún cuando ese mismo producto lo tienes de forma casi gratuita en tu propia cocina.

El precio del agua embotellada es unas 2.000 veces mayor que el precio del agua del grifo. ¿Te imaginas pagar dos mil veces más el precio de cualquier otra cosa? ¿Un sándwich de 10.000 dólares? Sin embargo, el consumidor en EEUU adquiere más de 500 millones de botellas de agua semanales, cantidad suficiente para darle la vuelta al mundo cinco veces. **¿Cómo es posible?**

El origen de todo esto es el funcionamiento de nuestra economía, y uno de sus motores, la denominada “creación de demanda”. Si las empresas quieren seguir creciendo, tienen que vender más y más cosas. En los años 70, los gigantes de las bebidas no alcohólicas empezaron a preocuparse al ver que la demanda se estabilizaba. Un individuo no puede beber más de una cierta cantidad de refrescos. Además, ¿cuánto tiempo iba a transcurrir hasta que nos diéramos cuenta de que estas bebidas no son tan saludables como nos quieren hacer creer y volviéramos a beber agua del grifo? Las grandes empresas encontraron la solución en un producto de diseño que la mayoría de la sociedad se tomó a broma. ¡Pero si el agua es gratis! Se dijeron los consumidores. **¿Qué será lo próximo que nos vendan? ¿Aire?**

Así que ¿cómo logras que la gente compre estos productos? Es muy sencillo: creas la demanda. Imagínate que diriges una empresa de agua embotellada. Como la gente no va a hacer cola a tus puertas para gastarse su dinero, ganado con el sudor de su frente, en un producto innecesario, les haces sentir miedo e

inseguridad ante el hecho de no tenerlo. Así lo hizo la industria del agua embotellada. Una de sus primeras estrategias de márketing fue asustar a la gente con la calidad del agua del grifo, mediante anuncios tales como la campaña de Fiji en Cleveland.

“Cuando esto acabe”, afirmó un gran ejecutivo de la industria, “el agua del grifo habrá quedado relegada a la ducha y a lavar la vajilla”.

Entonces maquillas la realidad mediante imágenes fantásticas. ¿Alguna vez te has dado cuenta de cómo la industria del agua embotellada intenta seducirnos mediante imágenes de manantiales de la montaña y de naturaleza salvaje? Pues adivina de dónde proviene un tercio de toda el agua embotellada de los EEUU: del grifo. Aquafina, de Pepsi, y Dasani, de CocaCola, son dos de las muchas empresas que comercializan agua del grifo filtrada. Pero la estrategia va más allá. En un reciente anuncio a toda página de Nestlé, la empresa afirmaba: “El agua embotellada es el bien de consumo más respetuoso con el medioambiente”. **¿Cómo? ¡Se están cargando el medioambiente a lo largo de todo el ciclo de vida del producto! ¿Cómo se entiende que eso sea respetuoso con el medioambiente?**

El problema comienza con la extracción y producción del petróleo necesario para fabricar las botellas de agua. La producción de las botellas de agua que se consumen en EEUU en un año requiere una cantidad de petróleo que bastaría para llenar el depósito de un millón de automóviles. Toda esa energía se consume en la producción de la botella, después hay que transportarla por todo el planeta, y todo para que nos la bebamos en unos dos minutos.

Esto nos lleva al enorme problema del otro lado del ciclo de vida: los residuos. ¿Qué ocurre con todas estas botellas una vez las hemos utilizado? El 80% acaba en los vertederos, donde se tardarán miles de años en descomponerse, o son incineradas, liberando gases contaminantes tóxicos. El resto se recoge para ser reciclado.

Una vez sentí curiosidad por saber a dónde iban a parar todas las botellas que tiraba al contenedor de reciclaje y descubrí que se enviaban a la India. Así que me fui para allá. Nunca olvidaré el recorrido que hice, sobre una colina a las afueras de Madras, donde me topé con una montaña de botellas de plástico provenientes de California.

Un verdadero reciclaje transformaría estas botellas en nuevas botellas, pero esta no es la realidad de lo que está ocurriendo. Allí,

las botellas se “infrarreciclan”, es decir, se transforman en productos de menor calidad que después acabarán siendo triturados. Las partes que no pueden “infrarreciclarse” sencillamente se desechan. Si las empresas de agua embotellada quieren usar imágenes de montañas en sus etiquetas, sería más apropiado que mostraran estas montañas de residuos plásticos.

Asustarnos, seducirnos, engañarnos. Estas son las principales estrategias de la creación de demanda. Una vez se ha creado la demanda y el consecuente mercado multimillonario, lo defienden destruyendo a la competencia. Sólo que, en este caso, la competencia es nuestro derecho humano a un acceso a agua potable, limpia y saludable.

El vicepresidente de Pepsi afirmaba literalmente: “nuestro peor enemigo es el agua del grifo”. Nos quieren hacer creer que está sucia, y que el agua embotellada es la mejor alternativa. En muchos sitios el agua del grifo realmente está contaminada gracias a las industrias contaminantes tales como la industria productora de botellas de plástico. Y estos empresarios del agua embotellada están encantados de poder ofrecer sus carísimas soluciones, que nos mantienen enganchados a sus productos.

Ha llegado el momento de volver al agua del grifo. Tenemos que comprometernos a no comprar agua embotellada a no ser que el agua de nuestras comunidades esté realmente contaminada. Sí, hay que hacer un pequeño esfuerzo para rellenar la botella reutilizable antes de salir de casa, pero podemos hacerlo.

Después, da un segundo paso: únete a una campaña que exija soluciones reales, como la inversión en infraestructura pública para que todos tengamos agua potable. El agua de EEUU tiene un déficit de financiación de 24.000 millones de dólares, en parte porque la gente cree que el agua potable proviene de las botellas.

En el mundo entero hay mil millones de personas que no tienen acceso a agua potable. Sin embargo, nuestras ciudades se están gastando millones de dólares para resolver el problema de todas las botellas de plástico que desechamos.

¿Por qué no gastar ese dinero en la mejora de nuestros sistemas de agua, o en evitar la contaminación?

Hay muchas más cosas que podemos hacer para resolver el problema. Presiona a los representantes políticos para que vuelvan a colocar fuentes de agua potable. Lucha para que tu escuela deje

de comprar agua embotellada, o tu asociación, o toda tu ciudad.

Esta es una oportunidad irrepetible para que millones de personas despierten, para proteger nuestros bolsillos, nuestra salud y el planeta.

La buena noticia: la lucha ya ha comenzado. La demanda de agua embotellada está cayendo, mientras que las ventas de botellas reutilizables han aumentado. Los restaurantes empiezan a servir agua del grifo, y la gente escoge ahorrarse los cientos de miles de dólares que estarían derrochando en agua embotellada. Consumir agua embotellada pronto estará tan mal visto como una mujer embarazada fumando, ahora que contamos con información.

La industria del agua embotellada está preocupada porque se les ha acabado el chollo. Ya no vamos a dejarnos engañar por su estrategia de creación de demanda. Vamos a escoger nuestra propia demanda, y demandamos agua limpia y segura para todos.