La Comisión Europea quiere concienciar sobre los efectos que los modelos de consumo tienen sobre los recursos naturales

La última fase de la campaña «Generation Awake» de la Comisión Europea se centra en las consecuencias medioambientales, económicas, sociales y personales que acarrea la utilización de los recursos de manera insostenible. El objetivo de la campaña es concienciar a los consumidores de los efectos que sus modelos de consumo tienen sobre los recursos naturales, ilustrando los beneficios que se pueden derivar de comportamientos diferentes. Esta campaña gira en torno a un sitio web totalmente interactivo disponible en las 24 lenguas oficiales de la UE, donde personajes de dibujos animados muestran el impacto medioambiental que conllevan las decisiones de compra que se toman a diario.

A pesar de los objetivos fijados y los éxitos alcanzados en cuanto a reciclado a escala de la UE en determinados ámbitos, los residuos siguen siendo un recurso enormemente infrautilizado en Europa. Un estudio elaborado para la Comisión estima que si se aplicara íntegramente la legislación de la UE sobre residuos, se ahorrarían 72.000 millones de euros al año, aumentaría en 42.000 millones de euros el volumen de negocios anual del sector de la gestión y el reciclado de residuos en la UE y se crearían más de 400.000 nuevos puestos de trabajo para el año 2020.

El sitio web de «Generation Awake» invita a los visitantes a descubrir el valor de los residuos, mostrando cómo, antes de

optar por tirarlos, estos pueden ser reutilizados, reciclados, intercambiados y reparados. En una página de Facebook se insta a los ciudadanos a asumir retos como la reducción del desperdicio de alimentos y del consumo de agua. Todo el mundo queda invitado a unirse y a difundir el siguiente mensaje: hay residuos que no pueden evitarse pero que pueden transformarse en valiosos recursos, y ahorrar recursos implica ahorrar dinero.

Bajo la desenfadada campaña subyace un mensaje serio: los desperdicios contienen a menudo materiales de valor que pueden ser reintroducidos en el sistema económico. Hoy en día, la economía de la Unión Europea pierde una cantidad considerable de posibles materias primas secundarias como consecuencia de la deficiente gestión de los residuos.

En 2010, la producción total de residuos en la UE ascendió a 2.520 millones de toneladas, lo que representa una media de 5 toneladas por habitante y año. Mediante la reducción, la reutilización y el reciclado de los residuos todos podemos hacer nuestra aportación a una economía dinámica y a un medio ambiente saludable. Se ahorran así recursos medioambientales y económicos, con lo que se impulsa a Europa hacia una economía más circular, en la cual extraemos el máximo valor de los recursos y productos mediante su reparación, reutilización, refabricación y reciclado.

La campaña, que se ha traducido a todas las lenguas de la UE, va dirigida a un público de entre 25 y 40 años, poniendo un énfasis especial en los jóvenes adultos de las zonas urbanas y en las familias con hijos pequeños. Desde su puesta en marcha en octubre de 2011, el sitio web de la campaña ha recibido más de 750.000 visitas, sus vídeos han sido vistos por más de 4,5 millones de personas, y su página de Facebook (www.facebook.com/generationawake) ha atraído a cerca de 100.000 personas. Esta nueva fase de la campaña incluye un concurso de fotografía que invita a presentar sugerencias para la transformación de las basuras en recursos. El premio en

juego es un viaje a Copenhague, la Capital Verde Europea 2014.

Fuente: Comisión Europea