Packaging que no deja residuos: ¿utopía o realidad?

Por Guillermo Dufranc

La sostenibilidad es un camino a recorrer con el objetivo de hacer mejoras en el tiempo para reducir el impacto al medio ambiente.

> «Una sociedad se hace grande cuando sus ancianos plantan árboles
> sabiendo que nunca se sentarán bajo su sombra».
> Proverbio griego

En la naturaleza nada desaparece literalmente, todo se transforma. El agua se evapora y se transforma en nube para volver a caer en forma de agua. Así es como deberíamos entender los residuos que producen los productos envasados: como materia que se puede transformar en otra cosa. Esto puede sonar utópico, pero utilizar los envases deshechados para crear nuevos empaques u otro tipo de objetos ya es una realidad que aplican muchas marcas, haciéndose cargo de «sus» residuos. Esto realmente funciona.

Es cierto que no es fácil montar una red de reciclaje propia, pero aún así se puede hacer algo al respecto. Incluso cuando no sea posible cambiar el material del empaque por uno más ecológico se puede contar con organizaciones como Terracyle,[1] que tienen como objetivo erradicar el concepto de la basura. Ellos generan redes de recolección y plataformas para transformar residuos en productos amigables. Este tipo de iniciativas, que en general no tiene fines de lucro, puede hacer aportes realmente sustanciales a la industria del envase si compañías que fabrican empaques, o productos empacados, se asocian con ellas y las apoyan difundiendo su propuesta.

Stanley Honey presentó un envase para miel con una peculiaridad: una vez consumido el producto se puede reutilizar como maceta. Así se logra que el ciclo de la miel vuelva a empezar y alentar a las abejas a producir más.

Incentivar e instruir a los consumidores

Todo esfuerzo realizado para reducir el impacto ambiental de los empaques o prácticas «verdes» se puede convertir en un poderoso argumento a comunicar en el diseño estructural y gráfico. Incluso el empaque se puede utilizar para comunicar consejos sobre cómo reciclar o reutilizar el envase, dónde llevar los residuos, cómo separarlos, cuáles son sus componentes, o en qué medida contribuyen a una mejora en sostenibilidad. El objetivo es, fundamentalmente, generar consciencia entre la población.

Una tendencia creciente es el surgimiento de la iniciativa BYOP —sigla en inglés de *«Bring your own package»* (traiga su propio empaque)—, cuyo enfoque se remonta a los mercados de alimentos frescos, donde la gente llevaba sus propias bolsas para portar productos.

La tienda Unpackaged[2] (sin empaque) es una tienda en Londres que vende productos a granel sin embalaje. Allí la gente debe llevar sus propias tinas y contenedores. Ya se abrieron más tiendas en otras ciudades, incluso fuera de Inglaterra.

Tal vez en un futuro las marcas deban fabricar envases reutilizables para sus propios productos, y que la gente los rellene en un almacén o supermercado. Estos envases, además, podrían ser personalizados. Gracias a la tecnología de impresión digital podrían tener un diseño elegido o realizado por los propios consumidores.

¿Nuevos materiales o nuevas aplicaciones?

Recientemente se han dado a conocer materiales compostables que pueden ser plantados en la tierra. Se trata de papeles y cartones hechos a base de fibras recicladas, los cuales contienen semillas de hierbas, plantas y verduras que luego crecerán si son plantadas y regadas. Otra idea es la de utilizar el envase como recipiente para agregarle tierra y cultivar plantas, o incluso hongos comestibles. De esta manera el segundo uso del envase da vida a una nueva manera de relacionarse con él.

Little Duck avena posee un cartón «plantable», el cual contiene semillas de zanahoria, tomate y lechuga. Esta idea hace posible crear un producto que reduce el desperdicio, con el beneficio y la diversión adicionales de que cada uno pueda cultivar sus propias verduras.

Pero no todo es novedad en cuanto a materiales se refiere, sino que la innovación puede ser simplemente un cambio de material estándar. Por ejemplo, la empresa **La Ibense** lanzó al mercado una serie de helados premium en frascos de vidrio convencionales (reciclables como todo envase de vidrio), nada comunes en este tipo de productos.

Mitos y realidades

En términos de sostenibilidad, los materiales como el vidrio, el plástico, el papel o el aluminio no se pueden calificar como buenos o malos. Cada uno tiene sus ventajas y desventajas, dependiendo de la aplicación, del producto y de los objetivos del envase. Si el contenedor falla en sus principales funciones de protección del producto y en atraer a los consumidores a comprar, toda la energía consumida en la fabricación del producto proporcionará más desperdicio que el mismo envase. Además se debe considerar el compromiso de los gobiernos y de las empresas de proveer una red de reciclaje eficiente y la educación de los consumidores para producir un cambio cultural profundo en pro del consumo responsable.

Mr Chocolate es un chocolate 100% natural y artesanal. El material con el que se ha realizado el envase sigue la idea de transmitir esos valores mediante el uso de papel reciclado, y con una lámina de plástico hecha a base de soja en su interior.

> «Una de las cosas que tienes que recordar acerca de la sostenibilidad es que nos llevará por siempre llevarla a cabo».
> William McDonough, autor de *De la cuna a la cuna* (Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things), McGraw-Hill, 2002.

Hacia un futuro más limpio

En los últimos años se anunciaron desarrollos de recubrimientos comestibles a base de azúcar o de cera que prometen conservar productos sin necesidad de un envoltorio adicional para protegerlos.[3] Por otra parte, hay materiales que se deshacen al contacto con el agua que, siempre y cuando aseguren no contaminar el agua, podrían ser una variante para no seguir acumulando empaques en el basurero.

El interés y preocupación por el cuidado del planeta nos obliga a utilizar la creatividad y los recursos en pos de la ecología. Si logramos juntar ideas y esfuerzos en la misma dirección seguramente podremos lograr un futuro más limpio.

Una de las definiciones de «diseño» que más me gustan es la siguiente: «actividad que nos permite transformar la realidad en otra más preferible». Esta es, sin dudas, la misión que tenemos por delante.

Publicado el 23/01/2018

---

1. Ver terracycle.com
2. Ver beunpackaged.com
3. Ver tomorrowmachine.se

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/packaging-que-no-deja-residuos-utopia-o-realidad