



Área de Servicios Operativos /Limasam

## **LIMASAM LANZA UNA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN PARA PROMOVER EL USO ADECUADO DE LOS CONTENEDORES DE CARTÓN**

‘En Navidad llena la calle de ilusión, no de cartón’, lema de esta campaña que informa de cómo se debe tirar bien el cartón en el contenedor azul

15/12//2021.-. En el marco de la Navidad, el Ayuntamiento de Málaga, a través del Área de Servicios Operativos de la que depende Limpieza de Málaga S.A.M. (Limasam), lanza un año más una campaña de concienciación ciudadana: ‘En Navidad llena la calle de ilusión, no de cartón’. Se trata de promover el depósito adecuado del cartón, en su contenedor correspondiente, para evitar su acumulación en la vía pública durante estas fechas. La concejala de Servicios Operativos, Teresa Porras, acompañada de representantes de la Asociación Centro Históricos y de Mahos, ha presentado esta mañana la nueva campaña y ha señalado: “especialmente en estas fechas en las que se reciben regalos, es importante distinguir dónde deben depositarse los envoltorios y todo el papel y cartón dejarlo de manera adecuada en los contenedores de color azul”.

Como cada año, la empresa municipal de limpieza tiene prevista la puesta en marcha de un operativo especial para reforzar el servicio de recogida de cartón entre los días 7 y 10 de enero. El refuerzo de este servicio, que contará con un mayor dispositivo de camiones y operarios, servirá para aumentar la capacidad del servicio para la gran recogida de cartón en estos días clave. Además, Limpieza de Málaga S.A.M durante este mes de diciembre y en enero coopera con un servicio de refuerzo de recogida de papel y cartón en el Centro Histórico, con el fin de dar apoyo al servicio de recogida “puerta a puerta” que actualmente se ofrece a los principales generadores de cartón, como son los comercios y la restauración.

El objetivo navideño de la campaña ‘Ser limpios por Málaga’ se centra en trasladar a la ciudadanía o la importancia de tirar correctamente los envases de cartón (cajas u otros elementos de embalaje) en su contenedor. La campaña, marcada por el aumento considerable del depósito del papel y del cartón originado por las compras y los regalos, busca minimizar el impacto que esta circunstancia pueda ocasionar en las calles de la ciudad ante el exceso de estos residuos en Navidad.



La buena práctica, que se quiere trasladar como acto de civismo, consiste en evitar que los envases de cartón se dejen fuera del contenedor amontonados, lo cual ocasiona que las calles tengan un peor aspecto. Para ello, se informa de cómo se debe tirar bien el cartón: plegado o cortado. Esta pauta favorece que su depósito sea el adecuado y que ocupe menos espacio dentro del contenedor, al verse reducido su volumen. Por otro lado, y como aspecto clave, este gesto también pretende evitar que la ranura o la capacidad del contenedor quede bloqueada por algún envase de cartón y, así, asegurar que el contenedor pueda continuar dando servicio a más ciudadanos.

Además, la campaña recuerda en todo momento que el depósito del cartón se debe realizar en su contenedor correspondiente: el azul.

Estas ideas son las que se trasladan en los mensajes de la campaña: “En Navidad, llena la calle de ilusión, no de cartón. Échalo en su contenedor” y “No te quedes en lo fácil, su sitio es dentro. Antes de tirar el cartón al contenedor azul, pliévalo para que entre bien. Piensa en los demás”.

En esta ocasión, el protagonista de la ilustración es un árbol con iluminación de Navidad, de los que ubican en las calles de la ciudad, que se encuentra medio tapado por un montón de cajas de cartón que han sido dejadas de ese modo y en ese lugar por los ciudadanos. El árbol, que se muestra molesto ante la situación, expresa su disconformidad exclamando: “Así no luce”.

La campaña navideña de concienciación, que pretende abordar la problemática sobre la acumulación del cartón en la vía pública durante la Navidad, se va a difundir través de redes sociales, mobiliario urbano y centros comerciales. Además, se vuelve a apostar por el vinilado de vehículos de trabajo de la empresa como soportes clave para dar visibilidad a la campaña e impactar a los viandantes.