

Sostenibilidad Medioambiental

EL AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA LANZA UNA NUEVA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN PARA EVITAR QUE SE ARROJEN TOALLITAS AL INODORO

En el primer semestre del año se han retirado de las instalaciones de aguas residuales 537 toneladas de residuos sólidos, en su mayoría toallitas

La iniciativa está inspirada en la imagen de Chiquito de la Calzada bajo el eslogan ¡Las toallitas a la papelera siempre!

24/07/2023.- El Ayuntamiento de Málaga, a través de la empresa municipal de aguas, Emasa, lanza una nueva campaña para concienciar a la ciudadanía del problema medioambiental y económico que afecta tanto a las infraestructuras que transportan y depuran las aguas residuales como a comunidades de vecinos, debido a la acumulación de estos desechos en las conducciones. Según ha informado la concejala del Área de Sostenibilidad Medioambiental, Penélope Gómez, en la presentación de la campaña que ha tenido lugar esta mañana, “los datos son contundentes, en el primer semestre de este año se han retirado de las estaciones depuradoras de aguas residuales (EDAR) y bombeos de aguas residuales (EBAR) un total de 537 toneladas de residuos sólidos, en su mayoría toallitas, unas cifras muy elevadas que generan problemas importantes en nuestras redes de saneamiento, y en nuestro entorno, especialmente en el ecosistema marino”.

En 2022 se retiraron un total de 2.368 toneladas de sólidos de las infraestructuras de saneamiento y depuración, “lo que supone que queda mucho trabajo por hacer”, afirma la concejala de área.

Esta iniciativa, que arranca bajo el eslogan “¡Las toallitas a la papelera siempre!”, está inspirada en el recordado humorista Gregorio Sánchez, Chiquito de la Calzada, fallecido en 2017. El diseño gráfico tiene como hilo conductor una ilustración del artista malagueño a punto de tirar una toallita a una papelera, acompañado de algunas de sus frases características, adaptadas al mensaje central de la campaña.

La campaña está dotada de un presupuesto de 28.664 euros y se difundirá en una primera fase de tres meses a través de medios locales de radio, televisión y prensa digital, así como en la web corporativa y en las redes sociales municipales. Asimismo, la imagen de la campaña y sus mensajes estarán presentes en espacios públicos como mupis y pantallas digitales de publicidad



exterior repartidas por la ciudad y, también, en uno de los autobuses articulados de la EMT que cubre las líneas con mayor recorrido de la capital.

Esta nueva iniciativa de concienciación responde a un claro compromiso municipal para evitar que las toallitas lleguen a las redes de saneamiento y al mar para lo cual, desde el Área de Sostenibilidad Medioambiental “se lleva años desarrollando acciones de sensibilización a través de los centros escolares y universitarios, con asociaciones de vecinos y colectivos, hemos trabajado con el programa Pasaporte Verde y con visitas a la EDAR del Peñón del Cuervo, entre otras acciones” recuerda la edil del ramo; e igualmente responde a los compromisos alcanzados en el pleno del pasado mes de marzo en el que se aprobó unanimidad una moción presentada por el Grupo Municipal Popular relativa a las toallitas húmedas y su perjuicio para el medioambiente. El texto pone de manifiesto las consecuencias del vertido de estos productos por el inodoro y la necesidad de implicar tanto a la ciudadanía como de los productores y distribuidores de toallitas para atajar este problema medioambiental.

LA CAMPAÑA

El objetivo de estos mensajes de concienciación es advertir a la ciudadanía de los serios inconvenientes que provocan las toallitas cuando acaban acumulándose en las conducciones de la red de saneamiento, ya que no todos estos productos son biodegradables.

Frases como “Quietorrr, no tires las toallitas al WC”; “No tires las toallitas al WC, por tus muelas”; “¿Dónde vas con esa toallita?, pecador de la pradera”; “Cuando tiras las toallitas al WC no es un hasta luego Lucas. ¡Es un hasta pronto!”; o “Tirar las toallitas al WC es una *guarrerida* española. ¿Te das *cuen?*”, han sido las escogidas para llamar la atención de la opinión pública sobre este problema y que se completan con el objetivo último de la campaña: las toallitas generan un problema enorme para Málaga que puede resolverse con un gesto muy “Chiquito”.

El estudio creativo malagueño La Madre de los Beatles ha ideado esta campaña con un concepto basado en el humor para llegar al consumidor de una manera más directa. Para ello, se han elaborado cinco gráficas diferentes que aúnan algunas de las expresiones más populares de Chiquito de la Calzada con el eslogan principal.