

Industrias en transformación

En días recientes, la Directora del Instituto Humboldt, **Brigitte Baptiste**, en un artículo de *La República* titulado "Industrias del pasado", planteó argumentos bien sustentados sobre la necesidad de la industria de transformarse hacia modelos sostenibles de producción, y se refirió específicamente al sector plástico.

Coincidió en muchos de sus planteamientos, con excepción del título mismo. La industria plástica es un sector en transformación, que será vital para el futuro. Prueba de ello son sus aplicaciones en actividades modernas: aeroespacial, automotriz, instrumentos médicos, electrónica, TICs o energías renovables.

Basta con entrar a una sala de cirugía para encontrar artículos plásticos como jeringas, catéteres, bolsas de sangre, empaques de medicamentos, incluso el traje del médico o la cama del paciente. Las prótesis son de plástico, también las gafas y lentes de contacto, así como corneas y corazones artificiales, capas poliméricas antibacteriales o implantes para cirugía. El plástico también salva vidas a través de airabaz, cinturones de seguridad, cascos, uniformes para bomberos o astronautas, o dotaciones para policías y militares.

También el plástico aporta a la sostenibilidad ambiental. En la aviación o la automoción, su bajo peso es utilizado para redu-



DANIEL MITCHELL
Presidente
Acoplásticos

cir emisiones. En la construcción, los aislamientos plásticos reducen el consumo de energía. El plástico es utilizado para la fabricación de paneles solares, turbinas eólicas, entre otras energías renovables. Por su parte, los empaques alargan la vida de los productos y así reducen el desperdicio de alimentos.

Con estos ejemplos, se evidencia que el plástico, al contrario de ser un sector del pasado, estará muy presente en las industrias del futuro.

Ahora bien, en éste, así como en otros sectores, no se puede desconocer que existe un reto inmenso de consolidar modelos sostenibles de producción y consumo. En el caso de los empaques, y en concordancia con los argumentos de **Brigitte**, la solución no es solo educar al consumidor a separar sus residuos o promover una cultura de consumo racional. Ese es el foco de nuestra campaña "Dale Vida al Plástico", pero no es la única

línea de acción. La solución es más compleja e involucra a todos: industria, autoridades, academia y consumidores. Y es cierto, la innovación juega un papel fundamental.

Existen plásticos reciclables de fuente fósil o renovable, y plásticos biodegradables también de fuente fósil o renovable. Cada una de estas cuatro categorías ofrece una solución ambiental, para lo cual se están desarrollando avances tecnológicos, por ejemplo, para disminuir el consumo de materia prima y agua en la producción de plásticos de fuente renovable, reducir costos y mejorar la infraestructura de compostaje de los biodegradables, promover el ecodiseño y la inversión en equipos de recuperación energética o pirolisis, y desarrollar nuevas tecnologías que eviten la necesidad de separar, por resina plástica, los residuos posconsumo para su reciclaje.

Así que lo que se requiere para la transición hacia la sostenibilidad, no es estigmatizar sectores, sino dar un empuje a estas inversiones en ciencia y tecnología o maquinaria -por ejemplo con incentivos tributarios o un impulso a la demanda desde las compras públicas.

También establecer un entorno regulatorio que aborde integralmente la separación, la recolección selectiva, el acopio y el reciclaje, y afianzar una cultura de separación de residuos en los hogares.

LA INDUSTRIA PLÁSTICA ES UN SECTOR EN TRANSFORMACIÓN, QUE SERÁ VITAL EN EL FUTURO



FELIPE RÍOS LONDOÑO
Candidato
a la Cámara
por Bogotá
@feliperiosCR11

Dos caminos

Colombia vive una compleja coyuntura: una economía resentida, el ingreso masivo de venezolanos, las Farc en el Congreso y candidatos populistas a la cabeza en las encuestas, quienes amenazan con expropiar. El próximo domingo, en medio de una palpable apatía, se empezará a definir lo que nos espera durante los próximos cuatro años.

Desde que dejé de escribir semanalmente para este diario, he estado recorriendo Bogotá, repartiendo volantes en las calles y viviendo de primera mano la indiferencia de los ciudadanos. ¿Decepción con la clase política? ¿Rabia por la corrupción? Válido; no obstante, alejarse de la política es la reacción inadecuada.

Entre más nos asqueemos de este tema, más nos deberíamos involucrar y preocuparnos por elegir bien y por exigir a los elegidos. En últimas, son ellos quienes decidirán muchos aspectos de nuestro día a día. Creer que se puede vivir ajeno a la política es una quimera.

La principal deuda con los ciudadanos que tiene este país, uno de los 15 más inequitativos del mundo, es disminuir su enorme desigualdad social. Hay dos vías que se pueden tomar para reducir la brecha: la de Venezuela o la de los países nórdicos. Para decidir el camino se debe comprender el sentimiento que motiva el deseo de redistribuir riqueza.

En Suecia, por ejemplo, como lo escribí en una columna anterior, la solidaridad fue lo que motivó la redistribución pues tras las amenazas de **Hitler**, todos, desde el más rico hasta el más pobre, tuvieron que ingresar al ejército, lo cual permeó dicha empatía sin distinción social.

En el caso nórdico, que debería guiar a Colombia, existe un absoluto imperio de la ley, un profundo estado de bienestar que garantiza igualdad de oportunidades, y ecosistemas donde florecen el emprendimiento y la innovación.

Esto hace que se generen más ingresos y que al ser más grande la torta, se pueda redistribuir más riqueza lo cual origina un círculo virtuoso. El error que no se puede cometer es destinar la carga tributaria a las empresas, por el contrario, esto les resta competitividad y posibilidad de generar empleo.

En el modelo populista se crea un enemigo abstracto a quien se le pueda echar la culpa de todo -"los ricos", "la oligarquía" o "los medios de comunicación corruptos"- . Una vez enfocan la rabia y envidia hacia ello, empiezan a destruirlo sistemáticamente. Paralelamente, ajustan las instituciones a su gusto para perpetuarse en el poder y entregar paquetes asistencialistas a los ciudadanos para mantenerlos contentos mientras pueden.

En Venezuela primaron los sentimientos negativos. Un discurso de lucha de clases que, liderado por caudillos populistas y hábiles como **Petro**, puede coger vuelo ya que del sentimiento del líder, se desprenden las políticas y el modelo económico que finalmente escoge el pueblo por vía democrática.

Es increíble que un modelo que ha llevado a millones de venezolanos a la miseria -86% viven actualmente debajo de la línea de la pobreza- y a cruzar la frontera por falta de comida, no impacte en todos los colombianos. Desafortunadamente, esa misma indiferencia y desconocimiento es la que permite que los populistas surjan.

El sueño y la ilusión de construir un país justo para todos debe ser más fuerte que el deseo de venganza; sin embargo, la realidad es que quien nos regirá durante el próximo cuatrienio se escogerá en las urnas.

Lo que está en juego es el modelo de Estado. Elijamos bien.

TRIBUNA UNIVERSITARIA

Cambio de jefes en los medios

Justo en estos días en que analizaba con mis estudiantes de periodismo de *La Tadeo*, la imperante necesidad de los medios de cobrar por los contenidos, se dio el anuncio de *El Espectador* y de *Semana*. El primero cobra cuando un usuario consume más de 20 contenidos al mes. El segundo, de momento exige un registro para saber quién lo está leyendo, sin cobro. En la discusión en clase, entendimos que el problema es que para el común de los usuarios, la información es algo que nos merecemos, algo público a lo que tenemos derecho. Y como hoy está tan de moda exigir derechos y olvidarnos de los deberes, pues ahí está. Los periodistas soportamos insultos y reclamos de un montón de usuarios que no están pagando pero sí están exigiendo. ¡La industria informativa se hizo un daño terrible al regalar su producto en internet durante 20 años! Es tal vez la única industria que siguió cobrando por su producto tradicional (el papel) y al mismo tiempo lo regala en el envase digital. Es como si *Coca-Cola* cobrara por la gaseosa en botella mientras regala la lata.

La parte más compleja va a ser educar al usuario. Que en el



LEONARDO GÓMEZ JIMÉNEZ
Profesor de Medios Digitales
@conexionista

tienda que si bien la información es un derecho, alguien tiene que pagarle a quienes lo producen.

Peró hay buenas noticias. Las nuevas generaciones, los muchachos en sus veintes, de nuevo, como sus abuelos, tienen una cultura de pago. Sagradamente pagan su cuenta de *Netflix* y *Spotify* o *Apple Music*. Eso es una base fuerte para que les parezca natural pagar ahora por las noticias, algo que no ocurrió en la generación anterior. El problema es que no les interesan las noticias. Pagan por el entretenimiento, pero la información como de lejitos. ¿Qué hacemos? ¿Alianzas? ¿*Netflix* más tres periódicos por \$40.000? ¿*Spotify* más tres revistas por \$25.000? ¿Alianza con el operador móvil para que en el

plan pospago se incluya acceso ilimitado al periódico o revista de su elección?

De cualquier manera, recibir ingresos directamente de los lectores, es el escenario ideal para esta hermosa industria. El sueño de todo periodista es trabajar para su público. Es crear contenidos para que alguien los consume, no para satisfacer los caprichos de los anunciantes. El *New York Times* lleva seis gloriosos años recibiendo 60% de ingresos por parte de los suscriptores, mientras la publicidad se contrajo a una tercera parte del total de sus ventas. Ese es el sueño de todo periodista, saber que su trabajo es valioso para alguien. Mientras los recursos no provengan del usuario sino de los anunciantes, no se puede hablar de una verdadera libertad de prensa, pues siempre estará la presión de no embarrarla con quien está financiando el negocio. La verdadera libertad se da cuando cambiamos de jefes y ya no publicamos buscando con ansias el clic barato para poderle mostrar millones de clics al patrocinador, sino cuando escribimos o hacemos un video porque hay alguien detrás de la pantalla que pagó por verlo y merece lo mejor.

LA VERDADERA LIBERTAD DE PRENSA SE DA CUANDO PUBLICAMOS SIN BUSCAR EL CLIC BARATO