



► 3 Junio, 2018



Un gigante con mástil de barro

Algunos ecologistas, socorristas y entidades locales han empezado a desafiar al símbolo principal del sol y playa español. Acusan a Adeac, la ONG que las promueve, de tener criterios ambientales e intereses económicos poco claros. Sin embargo, la avidez en el país y en la provincia por las enseñas azules no para de crecer. Así funciona en España el sello de calidad playera más famoso

Mónica Caparrós se muestra muy preocupada por la llamada recibida este jueves. La edil de Playas de Sagunto ha firmado esa misma mañana un contrato con una empresa de formación para que los socorristas municipales reciban un curso de salvamento. Se acaba de enterar de que el responsable de esas clases, José Palacios, es también vicepresidente de la Asociación de Educación Ambiental y Comunicación (Adeac), la ONG sin ánimo de lucro que acaba de conceder a su Ayuntamiento banderas azules a tres de sus playas. Este año además les han dado un premio especial por el sistema de vigilancia y rescate. Y ahora, no sabe cómo, la misma asociación que reconoce a sus playas y a sus socorristas va a cobrar, y bastante bien, por dar clase a su personal de salvamento veraniego.

El contrato es de 8.800 euros. «La verdad es que me ha parecido un poco caro para un curso de cuatro días, pero he firmado 200 papeles esta mañana», se excusa la edil de Playas del municipio. «Pero es mi responsabilidad aclarar esto. Nunca he tenido muy claro esto de la bandera azul».

Hace un tiempo, en 2016, una plataforma de pescadores y conservacionistas gallegos, presentó un confuso escrito de acusación a la Fiscalía Provincial de La Coruña en el que sugería que Palacios, doctor en Ciencias de la Actividad Física y director del Grupo de Investigación en Actividades Acuáticas y Socorrismo (GIAAS) de la Universidad de Coruña, formaba parte de una trama que estaría chantajeando con retirar o no conceder la bandera azul a los municipios que no contratasen su formación de socorristas. El fiscal dijo que la denuncia «carece de unos eslabones sólidos» y de «un hilo conductor revelador de la connivencia en la trama» y la archivó.

¿Coincidencia extraña o indicios de negocio oculto? Aunque el presidente de Adeac, José Ramón Sánchez Moro, se deshace en explicaciones que confirman su ánimo de no lucrarse, desde hace dos años aumentan tanto las voces que critican la transparencia de las banderas azules como los ayuntamientos que se desentienden del premio Bandera Azul. No son noticia por ser muchos, -no llegan a 20 en todo el país- sino por ser los primeros en 30 años en decir en voz alta que algo fa-

lla en este sello internacional de trayectoria inmaculada y en la asociación que lo concede. Y en Alicante, donde toda la costa está pendiente de él, también hay algunas dudas que en el caso de los socorristas se manifiestan a cambio de anonimato. Siempre ha estado considerado, y así sigue siendo para muchos municipios, como un símbolo de excelencia con prestigio internacional que no se puede comprar, si no sólo merecer.

Investigamos qué hay detrás del sistema de las banderas azules del que para muchos depende el rendimiento de su principal motor económico: la playa.

Pasión por la bandera

Bandera Azul es la segunda enseña de la Marca España. Es el país que tiene más mástiles de este tipo del mundo, un total de 696 este año, seguida del pelotón Grecia, Francia, Turquía e Italia. Seguramente por eso es donde más importancia se les da: los ayuntamientos están convencidos de que conseguir las, perderlas o recuperarlas tiene una influencia capital en el turismo de la temporada. Un total de 252 municipios costeros han



► 3 Junio, 2018

Reportaje

Andrés Valdés avaldes@epi.es



presentado candidaturas al concurso este año. Dentro del país, la Comunidad Valenciana tiene más que ninguna otra autonomía, y Alicante es la número uno indiscutible: tiene 68 banderas azules, más que ninguna otra provincia española.

Todos los pueblos de la costa alcantina tienen al menos una -Orihuela, con 11, es la más adicta seguida de Torrevieja, con 6-. Como en la Guía Michelin, los candidatos a renovar o a conseguir banderas dedican enormes recursos para preparar la candidatura que da acceso al galardón. Estudian la criterios del premio -Adeac los enduerece periódicamente en su guía-, adaptan sus servicios al gusto de la organización -hay hasta consultoras que ayudan a pasar el examen- y ofrecen su mejor versión en la temporada de inspecciones sorpresa.

Pero ¿qué significa una bandera azul? La guía de criterios de Adeac dice que señalan una playa, puerto o embarcación que cumple sus exigencias en «información y educación ambiental», «calidad del agua», «gestión ambiental» y «seguridad y servicios». Surgió a finales de los 80 como un estrategia de la UE para hacer cumplir una directiva de aguas de baño «a la que ningún estado miembro hacía caso», según Sánchez Moro, quien ha estado al frente de la asociación desde sus inicios. Por ello, entre los 30 criterios en estas materias, «los análisis de agua son los más estrictos junto con los de seguridad», según Sánchez.

En teoría, en todas las playas donde ondea el azul cumplen con los requisitos imperativos de la guía.

Existen otros sellos de calidad para playas. La Q que entrega el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) es el único oficial del país y depende de la Secretaría de Estado de Turismo. Su finalidad, según el gabinete de prensa del ICTE, es mostrar con la Bandera Q que la playa cumple con la norma UNE-ISO 13009, «consensuada por 90 países». También existen enseñas con el logotipo de Aenor (Asociación Española de Normalización y Certificación) que incorporan las



Ecologistas en Acción no cree que La Albufera, próxima a un puerto y a una depuradora, deba ser reconocida por su calidad ambiental.
CAROLINA ESCALANTE

normas que sus técnicos han comprobado en cada playa. Este último sello está presente en 72 playas y calas de la provincia.

La diferencia fundamental entre ellas y la bandera azul para el presidente de Adeac -perteneciente a la Federación Europea de Educación Ambiental (FEE) y avalada a día de hoy por la Organización Mundial del Turismo- es que las normas son de cumplimiento voluntario, por lo que «sólo muestran aquellos puntos en los que el ayuntamiento está dispuesto a mejorar», según Sánchez Moro. «Aenor no te quita la bandera si tú no lo pides, porque actúa a petición de parte», afirma, quien añade que él, zoólogo de formación, fue uno de los redactores de la ISO 14001 de calidad ambiental de playas que audita Aenor.

Las dos rivales de la bandera azul son de pago directo por el ayuntamiento que lo solicita. Mientras que la Q tiene un coste de auditoría técnica de «entre 434 y 543 euros» por playa señalizada, el sello de Aenor «se factura según la duración y complejidad de la auditoría», según fuentes de ambas entidades.

Financiación

Adeac no cobra a los ayuntamientos por poner las banderas, pero sí

que pide dinero a los gobiernos por inspeccionar a los candidatos. Entre el Gobierno, a través de la Secretaría de Estado de Turismo, y las comunidades autónomas, ingresa en la actualidad «cerca de 190.000 euros anuales» para este programa, «el más importante» que desarrolla la ONG «junto con el de Ecoescuelas» según su responsable. Los fondos se usan para pagar a una pequeña plantilla en Madrid «que no cobra más de 1.200 euros netos al mes» y para sostener la actividad de los inspectores, que recorren varias playas en un día una vez al año. La mitad de ellos «no cobra» porque son socios voluntarios y la otra mitad son fijos discontinuos. La di-

ADEAC NO COBRA A LOS AYUNTAMIENTOS POR PONER LAS BANDERAS, PERO SÍ PIDE UNA SUBVENCIÓN VOLUNTARIA A LAS AUTONOMÍAS PARA HACER INSPECCIONES DE SUS PLAYAS

rectiva no percibe nada más que dietas, según el presidente. «Viviremos al día, ya veremos si se puede seguir con el programa en el futuro», admite.

Este año, la Dirección General del Agua de la Conselleria de Medio Ambiente de la Generalitat Valenciana ha transferido 18.000 euros a la organización para «desarrollar campañas de calidad en el litoral» valenciano.

La cifra y el formato de esta ayuda han ido variado estos años: a principios de la crisis eran subvenciones que rondaban los 35.000 euros y ahora son contratos por debajo de 20.000. Manuel Aldegue, responsable de esta dirección general, asegura que «no se trata de un pago por poner las banderas, sino de una ayuda para desplazamientos y dietas para que hagan las inspecciones». No tiene noticia de que haya «ninguna extorsión» y avala la función de Adeac. «Es una entidad absolutamente independiente», asegura el alto cargo de la conselleria.

Así las cosas, ¿puede un municipio cuya autonomía no contribuye a la causa optar al distintivo? Sánchez Moro asegura que se examinan todas las candidaturas que llegan de Asturias o Baleares, pese a que «no recibimos dinero de ellos

desde hace años».

Críticas al socorrimo

El presidente, que sigue al frente de la entidad a sus 73 años, tarda unas horas en informarse sobre el contrato de Sagunto. Desglosa el acuerdo: la ONG va a impartir 85 horas de clase, entre tres profesores, a 50 policías y socorristas del municipio durante cuatro días, material incluido. Dos de los tres expertos -Palacios entre ellos- son doctores en su materia y se alojan en hotel. Cree que el precio es adecuado «para la calidad de la formación». Los cursos son un complemento económico para la asociación con el que compensar la pérdida de ayudas. «Hemos dado 12 cursos en ayuntamientos desde 2014. Los beneficios han sido de 2.000 euros», cuenta con sorna Sánchez. Afirma que el premio por el salvamento se le concedió al ayuntamiento saguntino por «la innovación de incorporar drones al rescate» la temporada pasada y que por tanto no guarda relación con el contrato de este año. Como se ha dicho, el consistorio lo está investigando.

Adeac ha premiado también el salvamento en otras dos playas del Mediterráneo, una de ellas en Santa Pola. Un coordinador de resca-



► 3 Junio, 2018

tes con amplia experiencia en la costa alicantina que prefiere no ser identificado explica que esta distinción le viene por «el centro de día para discapacitados que se ha desplegado en la playa». En este sentido cabe destacar que la ONG también ha recibido subvenciones de la Fundación ONCE para fomentar la accesibilidad de discapacitados a las playas.

«Hace años que nos llegan desde las federaciones de Galicia y otras localidades del norte quejas respecto a la relación entre las banderas azules y los servicios municipales de socorrismo. No podemos investigar, pero si tienes la sensación de que el sello no es transparente. Si pones las banderas y das clases de socorrismo a la vez no es serio, hay un sesgo», apunta el citado coordinador.

Ha tratado con los inspectores de Adeac cuando han visitado puestos de rescate en Guardamar, Santa Pola y otras localidades alicantinas. «No se pueden auditar cinco playas en una mañana, y menos como lo hacen. Un auditor serio te pide que le muestres el material que dices tener, no marca la casilla con sólo contestarle que lo tienes como hacen los de Bandera Azul. Otras organizaciones le dedican toda una mañana a una sola playa», apunta el socorrista y director de salvamento.

La misma experiencia tuvo el responsable de seguridad de una de las playas de Dénia en una campaña reciente. «Por las características de la playa, los requisitos de la bandera azul pedían tener dos embarcaciones de rescate y dos botes, además de una pareja de socorristas cada equis metros. Estuvieron sólo unos días y el resto del verano hubo una sola embarcación dando vueltas por todas las playas de Dénia porque la empresa se llevó el resto a otro sitio. La seguridad era deficiente, pero ahí estuvo la bandera todo el verano», asegura este experto en salvamento de la provincia que prefiere no dar su nombre.

En los despachos municipales, la percepción del grado de exigencia es distinta. «El inspector viene un día y pasa revista sin avisar. A lo mejor te llama desde la playa para decirte que falta una manilla en un



Competición por la costa. Aenor, Adeac y Q de Calidad tienen diferentes sistemas de auditar el litoral.

TONY SEVILLA

La banderas azules quieren garantizar que la playa es excelente en calidad del agua, seguridad, accesos y servicios.

SERGIO FERRÁNDEZ

aseo adaptado o que el botiquín no está en su sitio. Pide que lo arregles rápido o tendrá que bajar la bandera», explica un técnico del Ayuntamiento de Alicante.

Banderas negras

Siguiendo su vocación de hacer cumplir los estándares oficiales de

EN LA PROVINCIA
HAY CRÍTICAS POR
LA INFORMALIDAD
DE LAS
INSPECCIONES Y POR
LA CONCESIÓN DEL
SELLO A PLAYAS
POCO RESPETUOSAS
CON LA NATURALEZA

calidad en las aguas de baño, Adeac toma como base el resultado de los análisis que publica el Ministerio de Sanidad. Los realiza cada comunidad y son enviados posteriormente al organismo, que se encarga de publicarlos en un sistema de información abierto llamado Náyade. Son los datos de contaminación que tiene en cuenta la ONG para conceder la bandera: deben obtener una puntuación excelente según la última directiva de este ámbito, de 2006, en parámetros microbiológicos y físico-químicos en las ocho tomas anuales -la mayoría concentradas en temporada de baño- que deben mostrarse en la candidatura. Si se produce una contaminación puntual de bacterias fecales por el vertido de una depuradora, por ejemplo, Adeac asegura que pedirá la retirada de la bandera hasta que esté controlado.

Clara Megías, bióloga alicantina y responsable del informe Banderas Negras que cada año publica Ecologistas en Acción, cree que es imposible que algunas playas locales puedan puntuar «excelente» en los análisis. «La playa de la Albufera de Alicante tiene el emisario de una depuradora al lado, una rambla y un puerto deportivo. Cualquiera que se bañe allí normalmente verá la bandera y también manchas marrones», afirma la ecologista. En su informe se señalan las playas «negrizules»: aquellas en que el premio de Adeac coincide con el sambenito de la ONG ecologista. Sánchez Moro se defiende: «para 18 playas de entre más de 600 en las que no estamos de acuerdo, creo que podrían aceptar mi invitación de sentarnos a hablarlo». Greenpeace España, según sostiene un portavoz, está de acuerdo con Ecolo-

gistas cuando firman en el informe de 2017 que «las banderas azules no pueden entenderse como un reconocimiento a la conservación y protección medioambiental». Que haya playas que extraigan arena para compensar las pérdidas de orilla, que retiren la barrera de posidonia seca o enclavadas entre aberturas urbanísticas con este distintivo les hace retirar crédito como aliado del Medio Ambiente. «Por no hablar de puertos o embarcaciones que tienen la bandera», apunta Megías.

Sánchez Moro sabe responder también a esto -«las playas deben ser sostenibles pero estar pensadas para personas»- y a quienes critican que en el jurado de la adjudicación participen junto a expertos las propias comunidades autónomas -«no hay posibilidad de influir políticamente porque todo se vota por consenso»-. Bandera Azul es el proyecto más importante de su vida, confiesa, y esgrime que el sello ha logrado ser más importante e independiente que el resto de galardones de playa que los gobiernos tratan de impulsar, como la Blue Wave americana, la Blue Hand turca, o la propia Q española.

Da la impresión de que Adeac es en realidad el acrónimo de José Ramón Sánchez Moro, un polímata incansable -es profesor, científico y tiene experiencia diplomática- que ha sabido convertir el privilegio que era tener un punto de análisis del agua de baño en un concurso internacional donde no tenerlo es una desgracia para un pueblo de litoral. Sigue ahí porque se lo piden, pero admite que hay cosas de los programas que se le escapan. La rama española de Bandera Azul parece descansar sobre un proyecto voluntarista -depende en gran medida de la disponibilidad de los gobiernos y de sus inspectores voluntarios- que tiene problemas para financiarse y para inspeccionar la elevada exigencia y la elevada demanda que ha provocado. Desde la atalaya, y para los ayuntamientos, la Bandera Azul se ve como un invento genial que logra mucho con poco dinero. Pero a pie de playa, en los pueblos, parece que la realidad que sostiene el sistema de acreditación son los pies de barro de un gigante del turismo.