
Unilever se maquilla de verde con la RSPO

Escándalos en torno a alimentos para bebés en África, destrucción de bosques tropicales para fabricar golosinas: hay compañías como Nestlé que atraen el escándalo como la luz atrae las moscas.

Por otro lado están las corporaciones “Teflón”, como llamó una vez la revista norteamericana Newsweek a las multinacionales que, básicamente, hacen exactamente lo mismo que sus competidoras, pero sin que se les peguen las críticas. Unilever es un ejemplo típico, a quien grandes organizaciones conservacionistas como WWF elogian su compromiso con el medio ambiente. ¿Cómo es eso posible, cuando Unilever es una de las mayores consumidoras de aceite de palma del mundo?

Ante todo, Unilever tiene contratos con empresas que han causado escándalos, como la multinacional Wilmar. Conocida por sus continuas violaciones de los derechos humanos y por practicar la tala ilegal, Wilmar es la mayor comercializadora de aceite de palma del mundo. Con la ayuda de unidades policiales, destruyó la aldea de Sungai Beruang, así como las localidades vecinas, ubicadas dentro de las plantaciones de palma aceitera, para quebrar la resistencia de los habitantes a la industria de la palma [Comunicado de prensa de Robin Wood: <http://www.robinwood.de/Newsdetails.13+M55ead9b1d73.0.html>]. Amigos de la Tierra documentó graves violaciones de los derechos humanos cometidas por Wilmar en Uganda [<http://www.foei.org/en/resources/publications/pdfs/2012/land-life-justice/view>]. Al ser Unilever uno de los principales clientes de Wilmar, también es responsable de los crímenes y violaciones cometidos por su proveedor.

Al mismo tiempo, el auge del aceite de palma ha sido desastroso para el clima mundial. La transformación del bosque tropical en plantaciones de palma aceitera ha hecho de Indonesia el tercer gran emisor de dióxido de carbono del mundo. Esto no impidió al director general de Unilever, Paul Polmann, jactarse de ser un protector de la atmósfera terrestre durante la cumbre climática realizada en Copenhague en 2009.

Además, Unilever combate la agro-energía, pero no por motivos altruistas. Las empresas como ella no están preocupadas por el peligro que esto representa para las reservas de alimentos del mundo, sólo les interesa disponer de materias primas baratas.

La publicidad de Unilever como empresa “verde” se basa principalmente en el sistema de certificación de la RSPO (Mesa Redonda para el Aceite de Palma Sostenible). Unilever admite que la producción mundial de aceite de palma causa graves problemas, pero también señala que esos problemas pueden ser resueltos con ayuda de la RSPO. Desde el punto de vista de Robin Wood y de sus colegas indonesios, la RSPO no es sino un medio que utiliza Unilever para dar una fachada verde a sus actividades de siempre. Los siguientes cinco puntos explican por qué.

La industria es mayoría en la RSPO

Frente a 581 compañías, sólo hay 26 ONG, y 11 de los 16 lugares del Consejo de Administración de la RSPO están reservados para bancos y fabricantes de aceite de palma. La RSPO está presidida por Unilever, y no por un miembro neutral. Esto significa que Unilever ejerce un control significativo sobre este sistema de certificación.

Criterios débiles

Debido a esa estructura, los criterios son débiles. Compañías aceiteras que tienen grandes conflictos con la población local reciben el sello RSPO. Además, la RSPO permite la transformación de bosques en plantaciones nuevas, y tolera el uso de agroquímicos extremadamente tóxicos, como el Paraquat. No es extraño, dado que el fabricante del Paraquat (Syngenta) es miembro de la RSPO.

Certificadoras dependientes

Las compañías que solicitan el sello RSPO son quienes pagan a los organismos de certificación. Esta relación comercial directa acarrea un debilitamiento de las normas: la certificadora que pasa por alto más errores para favorecer a su cliente es la que consigue contratos más lucrativos. Un ejemplo de esto es TÜV, acreditada por la RSPO. Robin Wood ha estudiado las actividades de esta certificadora en octubre de 2011, en un estudio de caso sobre Sumatra, y encontró fallas alarmantes [Declaración de Robin Wood sobre TÜV: http://www.robinwood.de/uploads/media/Statement_Robin_Wood]. Actores clave de la RSPO fueron informados de las fallas de TÜV en Indonesia pero, hasta ahora, sin consecuencia alguna.

De titulares de derechos a partes interesadas

En la práctica, la RSPO transforma a los titulares de derechos locales en meras partes interesadas con intereses legítimos. En la mesa redonda, la población local se ve obligada a negociar con representantes del poderoso lobby del aceite de palma. Esto implica la posibilidad de llegar a un compromiso justo, a medio camino entre agresores y víctimas, pero en este contexto la población local sólo puede salir perdiendo. Los derechos humanos no son negociables.

La sobreexplotación continúa – La RSPO promueve la expansión

La contribución más importante que podría hacer un sello de sostenibilidad sería impedir una mayor expansión de la industria del aceite de palma. Eso es lo que exigen organizaciones indonesias ambientalistas y de derechos humanos, como Cappa, Walhi, Save Our Borneo o Perkumpulan Hijau, junto con Robin Wood. En cambio, las empresas miembros de la RSPO contribuyen a expandir aún más las plantaciones. En la provincia indonesia de Papúa Occidental hay varios ejemplos de esto: algunos miembros de la RSPO, como Wilmar, Medco y Rajawali, iniciaron allí un proyecto gigante de aceite de palma, a expensas de la población local y del bosque tropical que aún queda [<https://awasmiffee.potager.org>].

Conclusión

Las ONG y el público en general no deberían dejarse engañar por el maquillaje verde de Unilever. Las corporaciones como Unilever, que firman contratos con las industrias mundiales del aceite de palma, son tan responsables como éstas de la expulsión de poblaciones, de la tala rasa de bosques y de la contaminación con plaguicidas tóxicos, y se sirven de la RSPO para disfrazar sus prácticas anti-ecológicas.

Por Peter Gerhardt, peter.gerhardt@ovi.com, publicado por EJOLT (Environmental Justice Organisations, Liabilities and Trade), <http://www.ejolt.org/2012/09/unilever-and-how-to-greenwash-tropical-devastations/>