

NOTA DE PRENSA

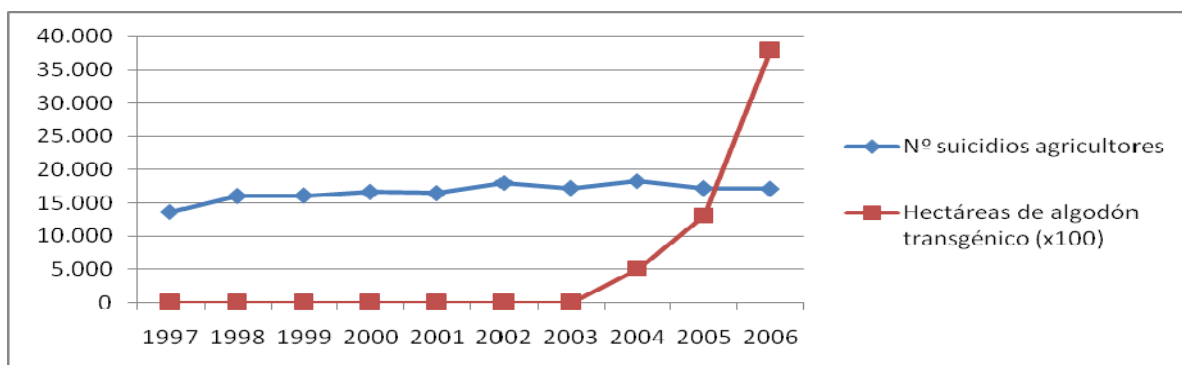
LA FUNDACIÓN ANTAMA EXIGE LA RETIRADA INMEDIATA DE LA CAMPAÑA “ESTA BOLSA TIENE TELA” PUESTA EN MARCHA POR EL GRUPO VIPS

La Fundación Antama aclara que dicha campaña utiliza como reclamo comercial información incorrecta relativa al algodón transgénico y lo vincula de forma simplista y errónea con un problema tan delicado como es el suicidio, en este caso, de agricultores indios.

Madrid, 24 de junio de 2010.- En dicha campaña y tal como se puede leer en los folletos que se reparten en dicha cadena de comida rápida se dice literalmente, en referencia a las bolsas elaboradas con algodón ecológico indio “estas fibras son una alternativa al algodón transgénico cuyo alto coste ha supuesto para muchos campesinos la ruina y hasta el suicidio”.

Respecto a estas afirmaciones la Fundación Antama quiere aclarar:

- El problema del suicidio de agricultores en la India es muy anterior a la entrada del algodón transgénico y responde a factores que nada tienen que ver con el uso de esta semilla, tal como se constata en el profundo informe realizado por el Instituto de Investigación sobre Políticas Internacionales de Alimentación, 2008¹. En la tabla adjunta se muestra como a partir de la entrada en producción del algodón transgénico en 2003 el nivel de suicidios de agricultores en este país se mantiene más o menos constante, con un ligero descenso.



Fuente: International Food Policy Research Institute (IFPRI), 2008. “Bt Cotton and Farmer Suicides in India”

¹ http://fundacion-antama.org/wp-content/uploads/2010/06/IFPRI_BtcottonIndia_Suicides.pdf

- La implantación de este tipo de tecnología en ningún caso ha supuesto una ruina económica para los agricultores. Con la introducción del algodón transgénico, India ha pasado de ser un importador de algodón a ser, en sólo siete años, un exportador neto. Las exportaciones de algodón han pasado de 11 mil toneladas de algodón en 2001-02 a 1.8 millones de toneladas en 2007-08².
- Este radical cambio en la capacidad productiva de este país ha supuesto una espectacular cifra de beneficio económico acumulado, que en el caso de los agricultores de algodón transgénico ha alcanzado los 5.100 millones de dólares entre 2002 y 2008 (*Informe sobre la situación mundial de la comercialización de cultivos biotecnológicos/genéticamente modificados en 2009. Servicio Internacional para la Adquisición de Aplicaciones Agrobiotecnológica*³).
- Además, el algodón transgénico ha reducido la aplicación de insecticidas casi a la mitad, pasando de representar el 42% del total de insecticidas usados en la India durante 1998 a representar el 28% en 2006⁴.

Por todo ello la Fundación Antama quiere manifestar su profunda preocupación por la puesta en marcha de este tipo de campañas que mezclan temas sociales y comerciales en asuntos muy complejos que no se puede sintetizar de forma frívola en una octavilla.

Por tanto, pedimos al Grupo VIPS que retire de forma inmediata dicha campaña y que realice una corrección pública, para lo que la Fundación Antama se pone a su disposición para aportar cualquier documentación complementaria que sea requerida.

MÁS INFORMACIÓN:

Juan Quintana. +34 915.714.640 / 687.941.454 / jquintana@fundacion-antama.org

Alfredo L. Zamora. +34 915.714.640 / 638.810.965 / alfredo.zamora@fundacion-antama.org

² http://www.isaaa.org/resources/publications/the_dawn_of_a_new_era/download/default.asp

³ <http://www.isaaa.org/resources/publications/briefs/41/default.asp>

⁴ http://www.isaaa.org/resources/publications/the_dawn_of_a_new_era/download/default.asp