

Otroconsumoesposable

La revista de referencia para quienes creen en el poder de sus decisiones

PESCA SOSTENIBLE: ¿ES EL SELLO AZUL DE MSC UN FRAUDE?

La ONG francesa Bloom acusa a la etiqueta de respaldar prácticas industriales de alto impacto en el medio marino y de conceder el certificado con criterios “parciales y turbios”

Texto: Juan Mayoral



Un grupo de pescadores prepara las redes frente a un barco de pequeña eslora. Foto: MSC.

Desde hace más de 20 años, un sello azul con las siglas MSC ha servido para certificar el producto obtenido a través de una “pesca sostenible”. Más de 210 pesquerías han conseguido, con ese distintivo, presentarse ante los consumidores y consumidoras como respetuosas con el medio marino, con más de un millón de toneladas de productos de pesca certificados. Pues bien: un informe de la ONG francesa Bloom asegura ahora que, en la práctica, estamos ante un fraude: que la permisividad de MSC para entender lo que son prácticas respetuosas o no ha difuminado el objetivo con que nació y que, además, aplica los criterios de forma “parcial y turbia”, hasta acercarse peligrosamente a “la zona gris de la corrupción”.

La estrategia de comunicación de MSC, además, según Bloom, se ha convertido en una engañosa campaña de *marketing* repleta de bucólicas imágenes protagonizados por pesqueros artesanales, cuando la práctica demuestra, siempre según esta denuncia, que representan una minoría **entre las certificaciones repartidas: el 83% han ido a parar, en realidad, a la pesca industrial de gran escala y alto impacto.**



El sello azul de MSC que certifica que el producto ha sido extraído con prácticas de pesca sostenible.

La respuesta de MSC fue inmediata. Por un lado, critica que la denuncia utilice como uno de sus indicadores las fotografías que este sello utiliza en sus redes sociales. Y, tras acusar a Bloom de no tener en cuenta “la diversidad del sector pesquero”, aclara que **la sostenibilidad de una pesquería no viene determinada ni por su tamaño ni por el arte de pesca utilizado**. “Todas las artes de pesca –añade– pueden causar impactos negativos sobre la biodiversidad marina si no se gestionan adecuadamente. Lo importante es asegurarse de que, independientemente del arte utilizado o del tamaño de la embarcación, su gestión sea la adecuada y se usen respetando las poblaciones, los hábitats y el resto de especies marinas de la zona”.

“Los pescados y mariscos que llevan el sello azul de MSC –añade el comunicado de respuesta– proceden de pesquerías que, de acuerdo con los exámenes realizados por expertos independientes, cumplen con las **normas internacionalmente reconocidas** en materia de buenas prácticas de pesca sostenible, independientemente de dónde se encuentren dichas pesquerías”.

La etiqueta MSC (del inglés Marine Stewardship Council, o Consejo para la Gestión Pesquera Sostenible) nació en 1997, impulsada por WWF –una de las mayores organizaciones dedicadas a la defensa de la naturaleza y el medio ambiente– y el gigante de la alimentación Unilever. Y se convirtió pronto en el principal, sino único sello, capaz de garantizar a la ciudadanía que los productos del mar que iban a adquirir habían sido obtenidos con prácticas de pesca sostenible: **actualmente, es el líder en este sector, por cuanto el 15% de las capturas mundiales anuales llevan su certificado**. De hecho, gigantes de la alimentación como Carrefour, McDonald’s, Ikea o Amazon Fresh Sold venden, a veces exclusivamente, productos del mar certificados por MSC.

El informe de Bloom, sin embargo, que cuenta entre sus coautores con personal de universidades de Nueva York (Estados Unidos) y Dalhousie (Canadá), afirma que “la pesca industrial de gran escala y de alto impacto representa el 83% de la capturas certificadas por MSC”, a pesar de utilizar métodos dañinos como las redes de arrastre de fondo y los arrastreros. Los grandes buques factoría europeos, añade, también cuando con esa ecoetiqueta que, de hecho, **“solo excluye la pesca con explosivos y veneno**. Todo el resto –siempre según Bloom– puede pretender una certificación.



Bloom critica que un buque como el Margiris, de 144 metros de eslora, está certificado como pesca sostenible por MSC.

El pliego de exigencias de la organización, añade la denuncia, no solo es “permisivo e incoherente”, sino que, además, se aplica de forma “parcial y turbia”, lo que le lleva a afirmar que **“el modelo de MSC linda con la zona gris de la corrupción: el clientelismo y la confusión de intereses”**.

En informe de Bloom afirma que solo el 7% de las capturas certificadas por MSC provienen de una pesca estrictamente sostenible, es decir, pesca costera artesanal, con embarcaciones de menos de 12 metros de eslora y artes de pesca con un impacto medioambiental muy limitado, como cañas y líneas, jaulas, redes y anzuelos. Sin embargo, y este es el **reproche referido a su estrategia de marketing**, ese tipo de pesca representa el 47% de las fotografías con las que ilustra sus comunicaciones y redes sociales. Para realizar su estudio, los autores aseguran haber revisado cerca de 500 informes de evaluación de pesquerías por MSC, desde las primeras certificadas en 2000, hasta los últimos datos recabados, a finales de 2017.

La denuncia de Bloom añade un último dato: afirma que una investigación revela que MSC cuenta con cerca de **40 millones de euros en patrimonio neto**, en forma de edificios, depósitos bancarios, inversiones financieras..., lo que, a su juicio, «pone en duda su estatus benéfico y hace de MSC el clásico vehículo capitalista».

La respuesta de MSC fue inmediata. Por un lado, critica que la denuncia utilice como uno de sus indicadores las fotografías que este sello utiliza en sus redes sociales. Y, tras acusar a Bloom de no tener en cuenta “la diversidad del sector pesquero”, aclara que **la sostenibilidad de una pesquería no viene determinada ni por su tamaño ni por el arte de pesca utilizado**. “Todas las artes de pesca –añade– pueden causar impactos negativos sobre la biodiversidad marina si no se gestionan adecuadamente. Lo importante es asegurarse de que, independientemente del arte utilizado o del tamaño de la embarcación, su gestión sea la adecuada y se usen respetando las poblaciones, los hábitats y el resto de especies marinas de la zona”.

“Los pescados y mariscos que llevan el sello azul de MSC –añade el comunicado de respuesta– proceden de pesquerías que, de acuerdo con los exámenes realizados por expertos independientes, cumplen con las **normas internacionalmente reconocidas** en materia de buenas prácticas de pesca sostenible, independientemente de dónde se encuentren dichas pesquerías”.

La etiqueta MSC (del inglés Marine Stewardship Council, o Consejo para la Gestión Pesquera Sostenible) nació en 1997, impulsada por WWF –una de las mayores organizaciones dedicadas a la defensa de la naturaleza y el medio ambiente– y el gigante de la alimentación Unilever. Y se convirtió pronto en el principal, sino único sello, capaz de garantizar a la ciudadanía que los productos del mar que iban a adquirir habían sido obtenidos con prácticas de pesca sostenible: **actualmente, es el líder en este sector, por cuanto el 15% de las capturas mundiales anuales llevan su certificado**. De hecho, gigantes de la alimentación como Carrefour, McDonald’s, Ikea o Amazon Fresh Sold venden, a veces exclusivamente, productos del mar certificados por MSC.