

Socializando la Guía Ambiental

El pasado 17 de abril, en el marco del Convenio especial entre el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial y la Sociedad de Agricultores de Colombia, se llevó a cabo en Aracataca, Magdalena, el taller ambiental para socializar la Guía

Ambiental de la agroindustria de la palma de aceite. En el evento participaron representantes de algunas de las alianzas productivas del departamento, de las empresas con planta de beneficio y de la Corporación Autónoma Regional del Magdalena (Corpamag).



Allí se analizaron en forma crítica y objetiva todos los aspectos de cada capítulo que se encuentra en la Guía Ambiental, para comprender sus alcances y repercusiones ambientales frente al uso y manejo de los distintos recursos naturales renovables en las actividades que se hagan tanto en el campo como en la planta de beneficio. Fedepalma entregó a los participantes el libro de la Guía Ambiental para su consulta permanente.

Sin importar la escala de sus proyectos, éste será de suma importancia para los productores en general, pues la Guía fue adoptada como instrumento de autogestión y autorregulación por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, mediante la Resolución No 1023 de 2005, para planear y ejecutar en forma adecuada sus actividades, acorde con todos los aspectos ambientales. 



Colombia produce palma de aceite amigable con el medio ambiente*

El inusitado interés de la industria alimenticia estadounidense en el aceite de palma se debe a la imperiosa necesidad de ofrecerles a sus clientes aceites saludables -con el fin de reducir los riesgos que para la salud conllevan los ácidos grasos trans contenidos en los aceites hidrogenados que han consumido por años-, y a las normas impuestas por la FDA en cuanto a la información que debe aparecer en los alimentos producidos con este tipo de grasas.

Podrá decir el CSPI que la propaganda en mención no se refiere a la palma acei-

tera colombiana y sí a la de Sumatra, que estaría invadiendo terrenos del orangután y otros animales en extinción. Lo cierto es que ni los lectores norteamericanos ni ningún otro lector desprevenido, tendrían por qué distinguir entre los productos de una u otra región.

La información infundada e injustamente sesgada del aviso, nos recuerda épocas pasadas en las que intereses privados utilizaron a su favor argucias publicitarias para sacar de su mercado a los aceites tropicales, como el de palma. De manera que esta nueva campaña se estaría constitu-

yendo en una especie de barrera no arancelaria que presta un flaco servicio al acuerdo de libre comercio alcanzado entre Estados Unidos y nuestro país recientemente, y sin duda no corresponde a la voluntad del grueso de la población americana, cual es la de apoyar a Colombia en su camino hacia el progreso y la superación de los problemas que nos agobian, en especial los cultivos ilícitos y la violencia guerrillera y paramilitar.

**Texto de la carta enviada por el presidente ejecutivo de Fedepalma, Jens Mesa Dishington, a The New York Times. *