

# Les conseqüències de comprar-nos uns texans 'envellits'

Josep Maria Canyelles\*

*El lamentable cas de la silicosi entre kurds de tallers turcs és un bon exemple per a comprendre per què s'ha d'exigir transparència al llarg de la cadena de proveïment en el marc de la gestió de la Responsabilitat Social.*

**Llegim** que la silicosi fa estralls entre els milers d'empleats tèxtils del Kurdistan que envellien texans a Turquia: els texans, per a adquirir aquest aspecte, són sotmesos a un tractament de raig de sorra a pressió, el *sandblasting*, però aquesta tècnica, portada a terme en petits tallers sense ventilació, provoca que la sorra ompli els tallers i que la pols de sílice s'instal·li als pulmons dels obrers.

A Turquia ja hi ha uns 3.500 obrers afectats, els quals no disposaven cap protecció i la majoria no estaven contractats. Quan la xifra oficial de morts va arribar a les 40, el Govern es va decidir a prohibir aquesta tècnica. I ara la majoria de les fàbriques s'han traslladat a l'Iraq, Síria, Egipte i Bangla Desh.

Alguns experts denuncien que totes les grans marques de moda han fet servir aquest sistema, tot i que la responsabilitat es dilueix al llarg d'una llarga cadena de subcontractació d'empreses que en subcontracten d'altres, que al seu torn en subcontracten una altra i aquesta l'encarrega a petits tallers, de manera que és molt difícil seguir la pista.

Aquest lamentable cas **és un bon exemple per a comprendre per què s'ha d'exigir transparència al llarg de la cadena de proveïment** en el marc de la gestió de la Responsabilitat Social.

Allà on les lleis no poden arribar, cal que l'RSE hi tingui un paper alternatiu efectiu, que compleixi amb la mateixa funció: garantir la vigència dels drets humans i de les convencions laborals en aquells països on el poc desenvolupament normatiu no ho facilita.

Ara bé, podríem caure en la creença que el plantejament 'alternatiu a la llei' solament té sentit mentre aquesta no sigui eficaç, i per tant orientar els nostres esforços a l'existència de lleis internacionals del comerç o ajudar a fomentar el desenvolupament normatiu dels països en desenvolupament.

I és ben cert que cal fer-ho. Però igualment caldria el desenvolupament de l'RSE. És a dir que l'RSE no faria un paper alternatiu sinó complementari. Almenys per dos motius:

- En primer lloc perquè la mera existència d'uns estàndards normatius més exigents tampoc són cap garantia d'eficàcia, com es pot constatar dins mateix de la Unió Europea, on fins i tot es descobreixen casos de treball infantil.

- I en segon lloc, perquè per mitjà de l'RSE la conversió de l'economia cap a un model més ètic es produeix de manera més orgànica, des de dins per mitjà de les relacions entre empreses al llarg d'una cadena de proveïment, cosa que pot succeir amb major rapidesa, de manera més sostenible, i de forma més eficient.

Per la seva banda, les lleis i les convencions de Nacions Unides o els organismes del seu entorn com la OIT són un marc necessari per a fixar els mínims de l'exigència empresarial en la cadena de proveïment.

D'alguna manera, el que estem posant damunt la taula és que les lleis no tenen un caràcter màgic o demiúrgic. I que la seva mera promulgació no garanteix que la realitat canviï. En l'escenari global i les cadenes de valor internacionals, la combinació de lleis i RSE poden tenir una capacitat de canvi molt més aguda.

Ara bé, no ens podem deixar un detall. Fins i tot per més bona voluntat que tingués una empresa, **és necessari que existeixin partrenents** o stakeholders que actuïn en defensa d'interessos ètics i que puguin suposar un risc reputacional per a l'empresa i per al sector. Altrament l'empresa pot valorar que no pot permetre's de tenir un comportament ètic o socialment responsable quan les males pràctiques formen part de manera generalitzada del sector.

Les ONGD poden fer una acció important a prop de les empreses i de presa de consciència entre la ciutadania. I entre aquests grups d'interès n'hi ha un de singular: la clientela. Cadascú de nosaltres hauríem de transformar la nostra consciència i sensibilitat en accions concretes que es posin en valor per mitjà de la compra.

Malauradament, l'acte de la compra difícilment pren aquest caràcter. Proveu sinó a demanar a un dependent/a d'un establiment de moda que, entre les marques de texans envellits que us mostri, n'exclouï aquelles mancades de compromisos d'RSE...

Per això, la pressió dels grups d'interès, la sensibilitat de la gent, i els mateixos compromisos empresarials, han de donar pas a una informació accessible, disponible en els punts de distribució (establiments, dependents...). Per a les empreses que gestionin adequadament aquesta RSE, ha de suposar posar en valor el seu compromís i facilitar que el públic els ho pugui reconèixer.

Aquest article es troba disponible a: [www.collaboratio.net/mm/File/ca/Art.imcanyelles\\_texans\\_envellits.pdf](http://www.collaboratio.net/mm/File/ca/Art.imcanyelles_texans_envellits.pdf)

\* **Josep Maria Canyelles** [jmcanyelles@collaboratio.net](mailto:jmcanyelles@collaboratio.net), promotor del *think tank* [www.ResponsabilitatGlobal.com](http://www.ResponsabilitatGlobal.com). Assessora empreses, governs i organitzacions. És assessor tècnic de la Cambra de Comerç de Barcelona. Col·labora amb l'Associació per a les Nacions Unides. Coordinador de la Comissió RS de l'Ass. Cat. Comptabilitat i Direcció [www.accid.cat](http://www.accid.cat) i col·labora amb diferents universitats. Promou **collaboratio**, iniciativa per als TSR