Clío, un lugar para recordar

COLOMBIA - Breve historia de la industria del banano

Aurelio Suárez Montoya

Martes 23 de diciembre de 2008, puesto en línea por Barómetro Internacional

Sirve la conmemoración de los 80 años de la Masacre de las Bananeras, en Ciénaga el 6 de diciembre de 1928, para trascender al funesto episodio y hacer una mirada al desarrollo de la industria del banano en Colombia, reseñar los modos de producción que ha tenido en un siglo y mostrar cómo en ellos se traslucen las formas que ha adoptado la presencia de las empresas norteamericanas. Al conectar estas actividades con las políticas de Estados Unidos, se da cuenta de la injerencia que han tenido sobre las naciones donde el banano germina tanto que se les denomina con el peyorativo nombre de Banana Republics.

Debido a las largas ventajas que los gobiernos de los primeros años del siglo XX hicieron al capital norteamericano, nacen las concesiones petroleras que terminaron en manos de la Tropical Oil, la expansión cafetera, financiada en alguna porción por casas comerciales de Londres y New York, las concesiones de ferrocarriles y el enclave del banano de United Fruit Company en el Magdalena. Una narración del embajador de Francia a su Canciller en París al respecto lo describe así: "Para demostraros la invasión practicada por la United Fruit Cy os diré que alrededor de los pueblos de la región bananera no queda terreno... ella obligará a emigrar a todas las gentes que no trabajan en sus plantaciones de bananos…el pueblo será conducido a suspender sus empresas de cultivo y de cría de ganado hasta llegar a vender las tierras a la United Fruit y el país está amenazado por la dominación de los americanos…". En ese ambiente, donde muchas gabelas se alcanzaron con sobornos, como en el control del ferrocarril, se dio la Masacre. Los obreros eran pagados a destajo y con bonos de los comisariatos de United. Épocas de plusvalía absoluta.

En los años sesenta, en la Guerra Fría, United, con el nombre de Compañía Frutera de Sevilla, promovió la zona de Urabá, atractiva no sólo por las ventajas agrícolas para el cultivo sino estratégica por la cercanía al Canal de Panamá y el acceso por mar en una extensa área hasta entonces casi inhóspita. El modelo productivo fue diferente, estaba acorde con la característica política que exigía la contienda con Unión Soviética por la hegemonía global. La Sevilla, que otorgaba crédito para siembra y en un comienzo para drenajes, dejó la producción en manos de nacionales, quienes corrían con el manejo laboral y demás riesgos implícitos. La multinacional se encargó de la asistencia técnica, la comercialización y el transporte de la fruta. Así se llegó a más de 20.000 hectáreas sembradas, al aumento de las exportaciones y, en medio de agudos conflictos, salpicados de enrevesadas violencias, los trabajadores conformaron sindicatos y alcanzaron derechos colectivos.

A partir de los noventa, con la globalización, el modelo volvió a cambiar. United Brands, la multinacional de marras, comercia desde 1990 la marca Chiquita y en conjunto con Dole y Del Monte, y luego de los efectos de una quiebra por la crisis de superproducción mundial, se concentra como comercializadora avanzando en el control de mercados minoristas del Norte. Entre las tres controlan el 60% del negocio mundial. Chiquita opera en muchos casos con barcos y equipos subcontratados y se reestructura alejándose del proceso productivo y ubicándose en el área más lucrativa. Factura al año alrededor de 4.500 millones de dólares y opera en más de 70 países.

Así mismo, reconoció que entre 1994 y 2007 entregó 1,7 millones de dólares a grupos paramilitares de Urabá y el Magdalena y permitió remesas de armas para estas facciones en barcos a su cargo. Por ello fue sancionada por una corte norteamericana por 25 millones de dólares y está expuesta a centenares de

demandas de familias de víctimas. Los trabajadores, por el exceso de oferta a escala planetaria, están sometidos a restringir sus peticiones por el peligro de ser preferido producto de otras latitudes que pudiera resultar más barato. Igual sucede con los productores, supeditados al precio que les quieran pagar por caja. Todo bajo el imperativo de la competencia global entre pobres para dirimir quién desayuna. Se presagian vientos de plusvalía absoluta.

El desarrollo de la industria del banano en Colombia está enmarcado por la estrategia económica, política y militar de las compañías, adelantada de la mano de los gobiernos de Estados Unidos, teñida de sangre de nacionales. No se sabe lo qué deparará el nombramiento de Eric Holder, abogado de Chiquita ante las cortes estadounidenses por los cargos de apoyo a paramilitares, como nuevo Fiscal General del gobierno de Obama. ¿Se estará ante otro nuevo mal episodio de esta historia?