

Coca-Cola, el sangrante encanto del capitalismo

IVÁN NISTAL CALZÓN :: 13/08/2007

El pasado 23 de Julio se celebró el día mundial contra esta multinacional tan conocida por todos nosotros.

¿Los motivos? La vulneración de los derechos sindicales, la explotación, represión y el asesinato de trabajadores; la financiación a ejércitos y grupos paramilitares; la destrucción del medio ambiente; la discriminación racial; la desnutrición; el soborno a los poderes políticos; el fomento de la explotación infantil; su nocividad para la salud humana? ¿Alguien da más?

Y es que detrás de esta marca en la que se ha constituido para muchos en toda una entidad, un referente, un estilo de vida, se encuentra todo un monstruo al que estamos alimentando cada día que consumimos cada uno de sus productos. (1) De que sea un referente para nosotros se debe entre otras cosas a su enorme inversión en publicidad, siendo uno de los principales inversores en publicidad en los medios de comunicación, "invierte un cuarto de sus beneficios anuales (cerca de 5.000 millones de dólares en 2003) en publicidad para transmitir una imagen limpia, social y verde; y para convencer de que su refresco tiene un sabor único, una receta mágica, y un valor altamente refrescante y saludable." (2) No obstante, su publicidad agresiva de esta marca provocó que en el municipio de Chenalhó en Chiapas (México), en el contexto de la masacre de indígenas en la comunidad de Acteal, cuando el hambre y la desnutrición azotaban la región y "para apoyar la dieta de los indígenas, Coca Cola regala bolsas de frijol a cambio de tapas de refresco" (3). Los autores del libro "Global Reach: The Power of the Multinational Corporations", Richard J. Barnet y Ronald E. Müller, escribieron en 1974 que Coca-Cola tenía la culpa por el aumento de desnutrición en México y afirmaron que las familias mexicanas a menudo vendían sus huevos y pollos para comprar Coca para el papá, todo un triunfo del impacto visual que invadió la marca en este país.

Otra de sus fórmulas para alzarse en un imperio comercial a nivel mundial es la de codearse con "lobbies" (grupos de presión) tanto empresariales como políticos. En el año 2004 Coca-Cola Company y Coca-Cola Enterprise donaron 550.000 dólares para la campaña electoral estadounidense: un 70% para el partido republicano y un 30% para el demócrata.

Otro paso más en la construcción del imperio ha sido la decisión de delegar toda la responsabilidad social a sus empresas subcontratadas (embotelladoras y distribuidoras) sin asumir las acciones realizadas por éstas ni establecer códigos de conducta. Y es que los casos de acoso, persecución y explotación de trabajadores se cuentan por gran parte del planeta. En Turquía 14 transportistas de la empresa y sus familias denunciaron en 2005 haber sido intimidados y torturados a manos de una rama especial de la policía por orden de Coca-Cola; en Punjab, Pakistán, los trabajadores fueron despedidos en 2001 por protestar por la falta de personal (y posteriormente readmitidos por orden judicial); en Nicaragua, el Sindicato Único de Trabajadores de la Empresa de Coca-Cola denunció en 2005 que a sus empleados de la embotelladora de Coca-Cola PANAMCO se les negó el derecho a

organizarse, amenazó y despidió ilegalmente. De esta forma podríamos seguir contando casos extremadamente salvajes hasta la saciedad... Sin embargo, no hay de que extrañarse, ya que sus prácticas laborales de plena explotación y persecución de sindicalistas la ha hecho ganarse un respeto en el codiciado y competitivo mundo empresarial desde sus orígenes allá por los años 80 del siglo XIX. (4)

El caso más sangrante de esta compañía se está produciendo en Colombia, donde el hecho de hacer una reclamación sindical es considerada como terrorismo e inmediatamente ser objetivo de los paramilitares, así lo recuerda Luis Eduardo García (dirigente colombiano del sindicato de alimentos y refrescos SINALTRAINAL, - Sindicato Nacional de Trabajadores de la Industria Alimentaria de Colombia-) en 1992, durante una reunión de trabajadores con el gerente de la empresa en la localidad de Bucaramanga (5). Este sindicato así mismo denuncia que la empresa Coca-Cola intimida y tortura a sus sindicalistas mediante escuadrones de la muerte a través de sus envasadoras subcontratadas, lo que ha provocado la alarma e indignación en colectivos de derechos humanos, sindicatos y demás asociaciones de carácter solidario a nivel internacional. Las cifras hablan por sí solas: desde 1991 hay documentados 2.245 asesinatos; 3.400 amenazas de muerte y 138 desapariciones forzadas de sindicalistas.

Aparte de la discriminación por motivos ideológicos o laborales, se encuentra la discriminación racial como la ocurrida en el año 2001 cuando Coca-Cola fue condenada a pagar 192,5 millones de dólares en Estados Unidos por discriminación racial de trabajadores afroamericanos. Se trataba del caso de mayor envergadura en la historia de este país.

Otro punto negro de esta compañía es la de la explotación infantil, y es que Human Rights Watch documentó la contratación de niños hasta nueve horas diarias de trabajo en las plantaciones de caña de azúcar en El Salvador para la empresa Coca-Cola.

Tampoco se debe pasar por alto el coste que ejerce en nuestra salud la consumición de sus bebidas, ya que algunos de sus ingredientes pueden ser nocivos para nuestra salud como el ácido fosfórico, la ingesta de cocaína (especialmente para los niños), el gas carbónico, que según la AMEDEC (Asociación Mexicana para la Defensa del Consumidor), es un ingrediente que provoca "adicción psicológica", la alta fructuosa del maíz transgénico para endulzar el refresco, los azúcares - y sustitutos del mismo - como fuente de sobrepeso y obesidad entre otros males, (en donde según un estudio publicado en The Lancet la probabilidad de un niño de volverse obeso incrementa un 1.6 % con cada lata adicional por día de un refresco endulzado con azúcar). Por todo esto Coca Cola fue nombrada una de las "10 peores empresas" de 1998 por Multinational Monitor por "llenar a los niños americanos de azúcar y agua de soda". A todo esto le podemos unir otra serie de lindezas como es la de vender agua contaminada.

En cuanto al efecto nocivo que esta empresa provoca en el medio ambiente cabe destacar el control que esta empresa tiene sobre grandes reservas de agua subterránea lo que ha provocado el desabastecimiento de agua en zonas ya castigadas por la sequía, provocando la deshidratación de las comunidades, la sequía de los pozos y la destrucción de la agricultura local en la India. En este mismo país, según la BBC, Coca-Cola contaminó en

2003 grandes superficies agrícolas en el sudoeste indio con productos químicos altamente tóxicos y en parte cancerígenos, como el plomo y el cadmio. Otros países en los que esta marca ha dejado su amarga huella han sido Panamá y México entre otros. Además, los envases de un solo uso suponen un grave problema ecológico mundial por la cantidad de residuos sólidos que producen por ser uno de los procesos industriales más contaminantes o de botellas de plástico no recicladas.

Otra de las joyas de esta empresa es la de promover la privatización de las tierras y el agua, apoyando el Tratado de Libre Comercio en Latinoamérica que consiste en introducir estos bienes imprescindibles para nuestras vidas en el mercado bajo la ley de la oferta y la demanda al más puro estilo liberal, de seguir adelante este proyecto llegará un momento en donde no nos sorprenda, como decía el bueno de Pablo Neruda en su "Oda al aire", que el aire nos lo vendan embotellado. (6)

A pesar de toda esta trayectoria de impunidad con la que cuenta la empresa a lo largo y ancho del planeta, poco a poco la imagen de esta gran corporación está quedando trastocada a través del boicot que desde diversas organizaciones en diferentes lugares del planeta promueven ante la actitud criminal de la empresa. Un ejemplo de ello es la demanda penal interpuesta por el sindicato SINALTRAINAL ante la justicia en Florida, Estados Unidos. Otro palo para la compañía fue el ser nombrada una de las diez peores empresas del mundo, galardón que le adjudicó la Multinational Monitor en 2001 y 2004. A todo esto cabe añadir, como bien indica el artículo aparecido en el periódico Diagonal, la pérdida en contratos de ventas de esta compañía en varias universidades norteamericanas, cierre de envasadoras en donde se han levantado los movimientos de campesinos y mujeres en la India. En Europa tenemos el ejemplo de la Red Italiana del Nuevo Municipio, que engloba a más de cien municipios, excluyendo la presencia de productos Coca-Cola de todos los distribuidores en la Administración, escuelas, institutos y comedores. Por todas partes surgen personas, redes ciudadanas, municipios, foros y caravanas que optan por otro tipo de consumo y que se han propuesto no ponerle las cosas fáciles a Coca-Cola, lo que está provocando no sólo un daño en la imagen de la marca sino también en sus beneficios.

Notas

(1) La cara oculta de Coca-Cola: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=1339>

(2) Coca-Cola es así: <http://www.diagonalperiodico.net/article3220.html>

(3) Coca-Cola, "¡Súfrela!": <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=10625>

(4) Coca-Cola La historia negra de las aguas negras:

<http://www.rebellion.org/docs/10924.pdf>

(5) "El producto negro, un símbolo del imperialismo":

<http://www.rebellion.org/plancolombia/031221fiol.htm>

(6) Monografía sobre el Tratado de Libre Comercio:

<http://www.monografias.com/trabajos16/libre-comercio-alca/libre-comercio-alca.shtml>

https://www.lahaine.org/est_espanol.php/coca_cola_el_sangrante_encanto_del_capit