

Público

EL CAPITALISMO DE AMIGUETES: COCA-COLA Y EL PRESIDENTE TRUMP

Vicenç Navarro

Catedrático de Ciencias Políticas y Políticas Públicas. Universidad
Pompeu Fabra

27 de julio de 2017

Una de las posturas ampliamente extendida entre economistas neoliberales (que goza de gran visibilidad mediática en los mayores medios de comunicación, tanto privados como públicos y tanto escritos como orales y televisivos) es que el mayor problema de la economía española es que el Estado ha sido gestionado y dirigido por gente muy poco competente, que no sobrevivirían en el sector privado. Según tales economistas, los gestores públicos no tienen ni idea de cómo debería gestionarse una empresa. Lo que se necesitaría, dicen tales autores, es permitir que sean grandes empresarios los que contribuyan con su experiencia a la eficiencia de la gestión pública. En Catalunya, el economista de mayor proyección mediática en la televisión pública TV3, de clara sensibilidad

neoliberal, ha enfatizado en más de una ocasión que el problema del Estado español (y catalán) es que los que lo gestionan no tienen ninguna experiencia en la empresa privada, alentando que sean gestores de tales empresas los que gestionen también las públicas.

Trump como modelo de la gestión empresarial

Lo que hemos estado viendo en la Administración Trump es la toma del poder directo de los distintos aparatos del Estado por la clase empresarial del país, en un proceso en el que las mayores agencias del Estado pasan a ser dirigidas por grandes empresarios o gestores próximos a las grandes empresas del país sin ningún intermediario. Es la máxima expresión del "capitalismo de amiguetes" en el que todo el aparato del Estado está dirigido y gestionado por los amiguetes del presidente.

Uno de los casos más recientes es el que se ha dado en las agencias federales de Salud Pública, hoy dirigidas por personas procedentes de o próximas a las compañías comerciales del sector agropecuario, consideradas algunas de ellas las mayores promotoras de alimentos que no son considerados saludables, como en el caso de Coca-Cola. Veamos los datos.

En un excelente artículo publicado por Sheila Kaplan en primera plana del *New York Times* del 23 de julio de este año, se detalla como la empresa Coca-Cola influencia las políticas alimentarias del país, promoviendo las bebidas azucaradas, que se considera son la mayor causa de la obesidad infantil en EEUU. En realidad, tal obesidad ha alcanzado unos niveles epidémicos en toda la sociedad, pero muy en particular entre los niños y los jóvenes. Las causas de dicha epidemia se han estudiado con gran detalle y son conocidas. Investigaciones llevadas a cabo por la mayor agencia federal de investigación en salud pública, el Center for Disease Control -CDC- (localizado en el mismo Estado de Georgia donde está también ubicada la sede de la empresa Coca-Cola), han señalado, por ejemplo, que las bebidas azucaradas como la Coca-Cola (entre otras) son una de las mayores causas del crecimiento de la obesidad en EEUU, siendo también responsables del aumento de la diabetes tipo 2, de enfermedades del corazón, de enfermedades renales, de enfermedades del hígado, del aumento de cavidades dentales y caries, y de artritis. Tales bebidas no son las únicas causas. Hay otros alimentos, como los ricos en grasas (la típica hamburguesa McDonald's es un ejemplo de ello), que son otros ejemplos de ello. En realidad, el mejoramiento de la dieta ha sido una de las campañas más centrales de las agencias de salud pública federales. ¡Al menos hasta ahora!

Ahora bien, tales empresas alimentarias, responsables de dicha epidemia (y a fin de diluir el énfasis en la dieta como medida preventiva), están enfatizando el ejercicio físico como la manera de prevenir la obesidad. Coca-Cola ha financiado en el mismo Estado de Georgia un programa gestionado por el Departamento de Salud Pública de tal Estado, que consiste en añadir media hora de ejercicio en las escuelas públicas de aquel Estado, convirtiéndose en la campaña central del programa contra la obesidad entre los jóvenes de Georgia. Ni que decir tiene que dicho programa tiene mérito propio, y es aconsejable que se continúe. Ahora bien, es dramáticamente insuficiente para prevenir el problema, pues como bien señala la profesora de nutrición de la New York University, la Dra. Marion Nestle -autora del excelente libro crítico con el consumo de soda, *Soda Politics: Taking On Big Soda (and Winning)*-, *“una persona normal y corriente tiene que correr 3 millas (unos 5 kilómetros) para compensar las calorías existentes en una botella de 20 onzas de peso (un medio kilo)... Yo estoy muy a favor del ejercicio físico. Pero la realidad es que no hace mucho para reducir peso. De ahí que considere la campaña de perder peso a base primordialmente de hacer ejercicio físico (que es lo que la industria de la soda y comida basura promueven) como muy limitada, a no ser que vaya acompañada de un cambio de dieta, que es un factor más importante para resolver la epidemia de obesidad”*.

Coca-Cola ahora tiene gran influencia en el gobierno federal y en el CDC

El presidente Trump ha nombrado directiva del CDC a la Dra. Fitzgerald, que era precisamente la Directora del Departamento de Salud del Estado de Georgia, cuando Coca-Cola financió el programa de aumentar media hora de ejercicio en las escuelas públicas. Coca-Cola tiene gran influencia en el Estado de Georgia y sobre sus representantes, la mayoría republicanos (incluido el famoso Newt Gingrich, asesor hoy del presidente Trump), influencia que ahora se ha extendido también al gobierno federal, siendo el nombramiento de la Dra. Fitzgerald un indicador de ello. Como consecuencia de ello, la gran amiga de Coca-Cola tendrá ahora una gran influencia en el diseño de las campañas de reducción de la obesidad. Consciente de la movilización en su contra de la comunidad salubrista de EEUU, la Dra. Fitzgerald ha subrayado recientemente su interés también en promover la ingesta de fruta y vegetales entre los niños. Pero como bien señala la autora del artículo, Sheila Kaplan (de la cual extraigo todos estos datos), es muy probable que a partir de ahora se enfatice mucho más el ejercicio físico que no la dieta para reducir la epidemia de obesidad en EEUU. En realidad, el artículo de la Dra. Fitzgerald sobre nutrición que aparece en la promoción de los programas en contra de la obesidad de la web de Coca-Cola lleva el significativo título de que "La solución de la obesidad infantil requiere movimiento

(físico)". Y las subvenciones federales a instituciones que están haciendo estudios sobre la obesidad se centrarán primordialmente en áreas no relacionadas con los productos que ellos promueven, tales como las sodas. Esta es la consecuencia del capitalismo de amiguetes que existe hoy en EEUU y que, sin lugar a dudas, va a afectar a España también.