

ALIMENTARNOS CON DUDAS DISFRAZADAS DE CIENCIA:

Nutriendo conflictos
de interés en México



MARTHA ELENA GARCÍA
GUILLERMO BERMÚDEZ

ALIMENTARNOS CON DUDAS DISFRAZADAS DE CIENCIA:

Nutriendo conflictos
de interés en México

D.R. © 2020, Martha Elena García y Guillermo Bermúdez

D.R. © 2021, El Poder del Consumidor, A.C.
Benito Juárez 67, Col. Santa Úrsula Coapa
Coyoacán, C.P.04650
Ciudad de México, CDMX, México.

Primera edición, Junio 2021
Circulación de 2000 copias
Impreso en México.

ISBN: 978-607-99242-0-1

Diseño de portada: Dalia Peñafior Trujillo e Elaine Kemp Zazueta
Diseño de interiores: Dalia Peñafior Trujillo

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo ni en parte ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por cualquier medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo, por escrito, de los editores.

ALIMENTARNOS CON DUDAS DISFRAZADAS DE CIENCIA:

Nutriendo conflictos
de interés en México

**MARTHA ELENA GARCÍA
GUILLERMO BERMÚDEZ**



EL PODER DEL CONSUMIDOR

LOS AUTORES

Ambos periodistas y divulgadores de la ciencia egresados de la UNAM con una amplia trayectoria, Martha Elena García y Guillermo Bermúdez son autores de los libros *Alimentos sustentables a la carta, de la tierra a la mesa, México, DF, el desastre que viene*, y *El taco nuestro de cada día*. Han coeditado a cuatro manos varios números de *La Jornada del Campo*, como los dedicados al Segundo Encuentro Internacional de Economía Campesina y Agroecología en América, al amaranto, a la alimentación y la salud, los quelites y a los huertos educativos, algunos de ellos publicados también en forma de libro.

Asimismo, han participado en diversas actividades con organizaciones sociales de productores, consumidores, académicos e investigadores de distintas universidades, al igual que con cocineros y especialistas en cocina tradicional, además de presentarse en diferentes foros, desarrollar proyectos de divulgación e impartir el curso-taller Cultivar y cocinar salud con alimentos sustentables.

Desde 2010 trabajan en un huerto comunitario con señoras de escasos recursos económicos, en una localidad del municipio de Calimaya, Estado de México, donde siembran fundamentalmente para el autoconsumo y también para producir insumos destinados a elaborar champús, jabones, cremas, pomadas y tinturas.

Son miembros de la Sociedad Mexicana para la Divulgación de la Ciencia y la Técnica, donde han colaborado en varios proyectos como el curso en línea Introducción a la Comunicación Pública de la Ciencia.

AGRADECIMIENTOS

Estamos profundamente agradecidos con Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor, por la confianza, el impulso y la brújula para lanzarnos a esta aventura.

Asimismo, dejamos constancia de nuestro agradecimiento a todos los que directa e indirectamente contribuyeron a la gestación y el nacimiento de este libro. Sus conocimientos, experiencias y puntos de vista constituyeron valiosas aportaciones para acercarnos a este complejo y espinoso tema del conflicto de interés, que genera susceptibilidades, inspira suspicacias e incluso infunde enojos.

Sin duda, los autores consultados no sólo desbrozaron el camino para ir descubriendo los hilos de esta enredada madeja, sino también incitaron nuevas reflexiones y nos llevaron a explorar algunos territorios prácticamente desconocidos por nosotros.

Todas las personas que generosamente nos dieron la oportunidad de entrevistarlas representaron una fuente invaluable de información y, en sintonía o discrepancia con lo planteado en esta complicada problemática, dejaron una huella esencialmente útil para abrir un debate impostergable en México.

Por último, pero no menos importante en un tema tan controvertido, sólo nosotros asumimos la responsabilidad acerca de las limitaciones e inexactitudes en las que pudiésemos haber incurrido, pero no somos los únicos responsables de los aciertos en este libro.

DECLARACIÓN DE INTERESES

Ya desde que escribimos nuestro libro anterior, *Alimentos sustentables a la carta, de la tierra a la mesa*, hemos hecho de la salud uno de nuestros intereses fundamentales en la temática de la alimentación. Asimismo, a lo largo de nuestra trayectoria profesional en la divulgación y el periodismo de ciencia, nuestro compromiso ha sido reflejar lo más fielmente posible las distintas realidades a las que nos hemos acercado, buscando relacionar el conocimiento científico y el quehacer tecnológico con la vida social.

Por lo mismo, el apoyo financiero de El Poder del Consumidor para llevar a cabo el presente trabajo de periodismo de investigación se alineó con nuestro universo de intereses, sin contradicción alguna con nuestra ética profesional ni interferencias en nuestra libertad de investigación y de expresión respecto a los asuntos abordados o al tratamiento de la información.

En consecuencia, no tenemos ningún conflicto de interés que declarar.

ÍNDICE

17 PRÓLOGO

23 INTRODUCCIÓN

01 CAPÍTULO

MENTIRAS "CIENTÍFICAS": NUTRIR LA IGNORANCIA

37 La fabricación de incertidumbre

42 El lado oscuro de la ciencia

49 ¿Nutrir la investigación?

56 Alimentación: controversias tecnocientíficas

02 CAPÍTULO

INVENTANDO "EVIDENCIAS" CORPORATIVAS

65 Desentrañando el conflicto

71 El *tsunami* llega a Europa

76 México, transparencia opaca

84 Casa Blanca: CDI irrumpe por la puerta grande

03 CAPÍTULO

REGULACIONES: LOS PASOS PERDIDOS

101 De la candidez al desengaño

109 Acotando vericuetos

118 Zonas de conflicto

126 Huellas indelebles

04 CAPÍTULO

EL JUEGO QUE TODAS LAS INDUSTRIAS JUEGAN

145 Ciencia en conflicto bajo el microscopio

150 Arte y ciencia de la guerra contra las regulaciones

156 El camino del tabaco

161 Defender productos, gran negocio

165 Financiar investigaciones, inversión lucrativa

169 En México también se cuecen estudios financiados

173 Ciencia sin conciencia

05
CAPÍTULO

INOCULAN CENTROS EDUCATIVOS PÚBLICOS
CON CARGO AL ERARIO

- 187 Seduciendo universidades
- 191 Alimentando la educación
- 202 UNAM, pasos en falso
- 210 Perdiendo el espíritu
- 220 IPN: tras los negocios

06
CAPÍTULO

ASOCIACIONES, ¿TOCAN LA PUERTA AL DIABLO?

- 229 Sociedades profesionales fuera del clóset
- 237 Inocencia, escándalo y compostura: SLAN
- 242 Asociación con sabor a industria: AMENAC
- 244 Nutrir con patrocinios: AMMFEN
- 246 ¿Apoyo no condicionado a nutriólogos? CMN
- 248 Tocarle la puerta al diablo: SMNE
- 251 Avalar chatarra como herramienta educativa: FMD
- 253 Juntos desde el cunero
- 256 Otras dulces seducciones

07
CAPÍTULO

LAVADO DE LA SALUD: PARARSE EL CUELLO,
GANAR Y NEUTRALIZAR

- 267 Filantropía, ¿máscara humanitaria?
- 279 Altruismo falaz
- 290 Indígenas en la mira
- 299 Kellogg's tras bambalinas

08
CAPÍTULO

DIMENSIONES OCULTAS DE ORGANIZACIONES CIVILES

- 309 Las apariencias engañan
- 310 Instituto Aspen: dime con quién andas y...
- 312 Evaluación con fachada "científica": IMCO
- 314 Un grupo sombrío de la industria: ILSI
- 323 Movisa
- 323 Queremos Mexicanos Activos
- 324 Fundación Movimiento es Salud
- 325 Quiero Saber Salud
- 326 Ogali

- 327 Hablemos Claro
- 328 Para la reflexión
- 328 Aprolam
- 329 Nutri-Center
- 330 La dimensión desconocida
- 334 Genaro Borrego Estrada
- 336 Carlos Salazar Lomelín

CONCLUSIONES

- 343 Alimentación y ciencia en tiempos del coronavirus
- 347 Conflictos de intereses
- 349 Ciencia, academia y sociedades profesionales
- 352 Políticas públicas de salud
- 355 Industria: la transparencia no engaña

PRÓLOGO

A lo largo de la historia de la humanidad, una y otra vez, la sociedad ha tenido que rebelarse ante diversas condiciones que atentan contra sus derechos, condiciones que se han establecido desde el poder por intereses puramente políticos o económicos, o por la convivencia de ambos.

En el mundo de la posguerra se conformó un nuevo poder, el de las corporaciones de consumo que han logrado determinar los hábitos de forma globalizada en gran parte de la humanidad, llegando a cada rincón del planeta. Este puñado de corporaciones, al adquirir un poder económico descomunal, se ha hecho de un gran poder político, borrándose la frontera entre estos dominios.

En la sociedad de hiperconsumo las mayores amenazas a la salud de la población mundial no son más enfermedades transmitidas por insectos, virus o bacterias; son las enfermedades transmitidas por parte de estas corporaciones a través de sus productos de consumo. Las muertes provocadas por el consumo

de comida chatarra, bebidas azucaradas, tabaco y alcohol, sobrepasan y sobrepasarán por mucho las provocadas por la Covid-19. Y no se trata de epidemias o pandemias que llegan a afectar por un par de años, se trata de daños que vienen ocurriendo de forma creciente año con año y que significan enfermedad y muerte para cientos de millones de personas.

El consumo de tabaco se ha convertido en una pandemia que ha sido transmitida por dos corporaciones multimillonarias, Phillip Morris y British American Tobacco, que ahora realizan sus mayores inversiones en las naciones de ingresos medios y bajos, causando la muerte de más de 8 millones de personas al año, 7 millones de ellas fumadores directos y 1.2 millones de personas que estuvieron expuestas al humo del tabaco. En el caso de México, estas corporaciones han penetrado fuertemente en el sector empresarial y político. El propio Carlos Slim obtuvo parte de su riqueza en la industria del tabaco, a la vez que exsecretarios de salud se vieron involucrados en acuerdos con estas empresas fuera y en contra de directrices internacionales.

Por su parte, el alcohol mata cada año a más de 3 millones de personas, sin considerar las que mueren en accidentes de tráfico o en actos de violencia provocados por el alto consumo de esta bebida. Se subestiman los daños del consumo del alcohol al faltar los mecanismos para medir los impactos al interior de las familias y comunidades, como son la violencia, las lesiones, asesinatos y problemas de salud mental asociados a éste. Como ha ocurrido en los demás sectores, la producción de bebidas alcohólicas se ha concentrado en un pequeño número de megacorporaciones que al mismo tiempo que han logrado absorber empresas nacionales y regionales, han logrado aumentar el consumo de sus productos, de manera especial, en naciones de ingresos medios y bajos. Se estima que el consumo de alcohol representa más de 5% de la carga mundial de enfermedad.

La mala alimentación es la mayor causante de muertes, pues se estiman en 11 millones cada año (22% de los fallecimientos en adultos), una cifra que se considera subestima todos los desenlaces que causa la alteración de la dieta por bebidas y alimentos ultraprocesados altos en sodio, azúcar, grasas saturadas y de muy

bajo valor nutricional. Por ejemplo, se calcula la muerte anual de 10 millones de personas por hipertensión, de las cuales un número significativo se relaciona con una mala nutrición. En México se ha calculado la muerte de 23 personas cada hora a causa de la mala alimentación.

En el mundo actual, dominado por los intereses de las grandes corporaciones, el objetivo central ha sido crear las condiciones estructurales para programar a los individuos, a las sociedades, como consumidores. El individuo existe, en esencia, como consumidor y sus consumos inducidos los entiende como naturales. Puesto que su fin radica en la mayor ganancia y el reporte trimestral de mayores rendimientos a sus accionistas, las corporaciones tienen por objetivo esencial que un mayor número de consumidores consuman lo que producen y que quienes ya consumen su producto, lo hagan más, la esencia de la sociedad de hiperconsumo.

La clave para ello es generar la adicción al producto. No es una casualidad que hablemos de tabaco, alcohol, comida chatarra y bebidas azucaradas. En el caso del tabaco y el alcohol, se trata de consumos introducidos y por todos conocidos como adictivos; en el de la comida chatarra y las bebidas azucaradas, son productos que entran a competir y sustituir lo que ya se consume como alimento y bebida. De ahí que a estos últimos productos se les llame “competitivos”, porque compiten con los existentes para desplazarlos. Y la manera de lograrlo es a través de su diseño y publicidad.

La publicidad de bebidas y alimentos ultraprocesados tiene dos características esenciales: ocupa el mayor espacio y tiempo en gran parte de los medios de comunicación desde Nepal hasta la zona Mixe en Oaxaca, a la vez de que tiene un fuerte poder aspiracional en los consumidores, un poder muy bien estudiado con base en las estrategias publicitarias más exitosas y probadas, publicidad desarrollada con inversiones millonarias. Estas estrategias tienen como foco principal a los niños y adolescentes y han sido muy bien diseñadas a través de estudios de neuromarketing, apoyadas en investigaciones psicológicas, sociológicas y antropológicas.

Por su parte, el diseño de estos productos se enfoca en su carácter adictivo; de ahí que estos productos tengan en común la presencia de azúcar o endulzante, sodio, grasas, además de otros

ingredientes para realzar sabor, color y texturas. El éxito de estas estrategias ha significado el desplazamiento de alimentos y comidas tradicionales alrededor del mundo y una epidemia de malnutrición, desde desnutrición por abandono de alimentos saludables, hasta la expansión de la obesidad y la diabetes por todo el planeta. La marca más reconocida en el mundo es Coca Cola, que presenta una de las mayores inversiones en publicidad en el mundo, a la vez de ser uno de los productos ultraprocesados más adictivos. Ahí reside su éxito.

Partamos de este producto, el más publicitado, más consumido y con mayores daños a la salud, para entrar al tema de este libro: la captura de la academia y la ciencia por estas corporaciones. Mientras documentamos en las diversas regiones del país la epidemia de diabetes y cómo ésta se asocia, en una gran parte de los casos, con el alto consumo de bebidas azucaradas, especialmente Coca Cola, vemos también su penetración en asociaciones de profesionales de la salud, constatamos su financiamiento a instituciones académicas, sus fondos a organizaciones de pacientes con diabetes e, incluso, documentamos cómo exsecretarios de salud han colaborado con esta empresa.

Las corporaciones de alimentos y bebidas, a través de la captura de la academia y la ciencia, buscan negar los daños a la salud que sus productos generan, como lo hizo en su momento la industria del tabaco y también muchas otras, como la del asbesto, el DDT, etc. Por un lado, con esta captura neutralizan a quienes pueden revelar públicamente estos daños, como lo pueden ser las asociaciones de profesionales de la salud y las instituciones académicas; por otro, generar la narrativa y la percepción común de que el problema es de malas decisiones personales, malos hábitos individuales, de que no hay productos buenos y malos, de que el problema es multifactorial.

El trabajo de Martha Elena García y Guillermo Bermúdez, periodistas con larga experiencia en la difusión de la ciencia de interés público, explora esta estrategia de cooptación del mundo académico y de la ciencia por parte de las grandes corporaciones de alimentos y bebidas; muestra el control que han tomado en esta área, y cómo desde ahí lograron secuestrar la política de salud pública de nuestro país.

Este trabajo de investigación periodística contribuye a explicar el contexto por el cual no se avanzó en el combate a la obesidad en México: por qué las muertes por diabetes se incrementaron a más del doble en sólo 16 años, por qué pasamos a ocupar los primeros lugares en obesidad y diabetes en el mundo, por qué nos convertimos en los mayores consumidores de bebidas y alimentos ultraprocesados. Y, principalmente, por qué en medio de esta tragedia no se hizo nada y se actuó en sentido contrario a las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud y del Instituto Nacional de Salud Pública, por qué se nos impuso un etiquetado frontal diseñado por las propias corporaciones sin utilidad para los consumidores, por qué jamás salió la comida chatarra de las escuelas, por qué la regulación de la publicidad de estos productos dirigida a la infancia nunca fue sobre los programas que más ven los niños ni tampoco sobre los horarios en que tienen una mayor audiencia, por qué el impuesto a las bebidas azucaradas quedó a la mitad de lo propuesto como mínimo.

Como se constatará en estas páginas, empresas como Nestlé —la mayor productora de alimentos ultraprocesados en el mundo, a través de la Fundación Mexicana para la Salud, de donde han salido varios exsecretarios de salud y funcionarios de ese sector— y Coca-Cola —la mayor empresa de bebidas en el mundo, a través del International Life Science Institute y su Fundación Coca-Cola—, han jugado un papel determinante para que las políticas de salud pública se mantuvieran sin afectar un ápice sus intereses.

En el sector salud es tradición la incorporación de funcionarios provenientes del mundo académico. Por lo tanto, lograr imponer la narrativa de las corporaciones en el ámbito académico, como documenta este libro que es el caso en México, es una forma de neutralizar la política pública. Basta ver los patrocinios de las grandes corporaciones de bebidas y alimentos ultraprocesados a las asociaciones de pediatras, de nutriólogos, de diabetes, de escuelas y facultades de nutrición, etc. Su influencia en los estudiantes a través de maestros e investigadores que han recibido invitaciones a congresos con todo pagado o financiamiento para investigaciones. Los estudios muestran que es muy barato comprar las conciencias e inclinar las percepciones, de buena o mala fe.

En este trabajo se señala a exfuncionarios que procediendo de la academia mantuvieron durante años, de una forma u otra, vínculos con estas empresas. Entre ellos nos encontramos a personajes que hace años pudieron haber creído en la ideología que estas empresas promueven (la obesidad es multifactorial, no hay alimentos buenos y malos, son las malas decisiones personales las causas principales de la obesidad). Y también están aquellos que vieron estas causas, estos determinantes comerciales de la obesidad, que se les expusieron claramente a través de una cruda realidad, y que abiertamente decidieron tomar partido por las corporaciones, porque no quisieron poner en riesgo sus carreras de poder.

Éste es el primer trabajo en dar una visión general, desde una perspectiva periodística, de la interferencia de la gran industria de los productos ultraprocesados comestibles y las bebidas no alcohólicas sobre la academia y la ciencia en nuestro país. Martha y Guillermo abren las puertas de asuntos y hechos trascendentes, a los que se tendrá que ir en mayor profundidad, para develar la forma en que se puede corromper a la academia, a la propia ciencia, para secuestrar la política de salud pública.

Este libro permite explicar una de las razones principales del porqué llegamos a este escenario de emergencias epidemiológicas de obesidad y diabetes en un país de más de 120 millones de habitantes. Emergencias epidemiológicas que sólo fueron declaradas, pero nunca enfrentadas por las administraciones anteriores. Nunca se han contabilizado públicamente las muertes provocadas por estas epidemias, que podrían contabilizarse diariamente. Nunca se han mostrado cuáles son los vectores que transmiten estas epidemias, vectores con gran poder económico y de cabildeo, vectores con gran influencia en los medios de comunicación. Vectores con un gran poder de contagio entre los profesionales de la salud, en la academia, en la ciencia. Esperamos que este libro muestre a muchos cuáles son estos vectores y cómo se ha propagado esta infección.

Alejandro Calvillo

INTRODUCCIÓN

Buena parte de las páginas que usted tiene ante sus ojos se escribieron en cuarentena. Si escribir un libro siempre supone un encierro, jamás nos imaginamos que el obligado “quédate en casa” fuera a transformarse para este par de autores en un encerrón total, obligado por la pandemia, que nos tomó desprevenidos a todos en 2020.

Ya no teníamos pretexto para continuar explorando los retorcidos senderos de un tema que se bifurcaba sin parar, a medida que avanzábamos en la indagación, conforme comprendíamos un poco mejor la complejidad del asunto al que nos enfrentábamos. Ya no había excusa para no sentarnos a teclear. Incluso, en parte por culpa del impertinente coronavirus, ya no logramos concretar una entrevista a la entonces abogada general de la UNAM, doctora Mónica González Contró, y una ni más ni menos que a quien ha tenido en sus manos la coordinación del equipo para enfrentar la emergencia sanitaria, el doctor Hugo López-Gatell.

Lamentamos mucho no haber logrado realizar estas dos entrevistas, más aún la del subsecretario de

Prevención y Promoción de la Salud. Si hay una reedición de este volumen, sería genial poder platicar ampliamente con él, pero ya no únicamente sobre medidas como el nuevo etiquetado y los conflictos de intereses que se deben sortear para enfrentar la obesidad y las enfermedades no transmisibles, sino también acerca de las políticas públicas en materia de salud que demandan los tiempos inaugurados por el coronavirus.

¿Alguien suponía que, luego de la edad avanzada, serían precisamente la obesidad y las enfermedades no transmisibles los dos mayores factores que nos hacen más vulnerables al Covid-19, como lo demuestran estudios recientes?

La pandemia de coronavirus puso al descubierto, quizá como nunca, las consecuencias que ha traído una epidemia que durante décadas se ha querido encubrir y minimizar: la de sobrepeso y obesidad que afecta a gran parte de los mexicanos, de la que se derivan múltiples afecciones crónicas de la salud, como la diabetes y las enfermedades cardiovasculares.

Un país que podría haber encontrado en la juventud de su población un escudo para estar mejor protegido ante la pandemia, de pronto resultó más vulnerable debido a esa condición a la que nos ha llevado desde los años ochenta del siglo pasado la mala alimentación, causada principalmente por el creciente consumo de comestibles ultraprocesados y bebidas azucaradas.

Por lo mismo, la pandemia de coronavirus hizo imposible seguir encubriendo la epidemia de sobrepeso y obesidad. Muy posiblemente, nos habría tomado más preparados de no haber sido por la férrea decisión de la industria –en contubernio con los tres últimos gobiernos– de frenar, retrasar y minimizar los esfuerzos por establecer políticas, programas y acciones para regular el ambiente obesogénico, y para regresar a nuestra dieta tradicional que nos mantuvo saludables durante siglos.

Esta negativa de la industria a alinearse con los objetivos de la salud, con base en sus mil y una maniobras para engañar a la población acerca de los daños que provocan sus productos, a la larga resulta criminal, para decirlo sin rodeos.

A diferencia del coronavirus, la obesidad y las enfermedades crónicas degenerativas matan silenciosa y lentamente, no son

noticia, pero ya suman miles y miles las muertes que han provocado. Pese a ello, la industria de alimentos y bebidas se ha resistido a asumir su responsabilidad como la principal culpable de esas muertes, porque eso afectaría sus ganancias, y menos aún a ofrecer una transformación sustancial para contribuir a resolver de fondo este problema de salud pública.

No es exageración. En una ocasión, en el curso de la primera década de este siglo, en uno de los institutos nacionales de salud se produjo un diálogo digno de novela negra entre uno de los investigadores que impulsaban las primeras estrategias para enfrentar la obesidad y la diabetes y uno de los máximos representantes de la industria de alimentos y bebidas.

Hacía poco tiempo el investigador acababa de recibir los resultados del censo de peso y talla en el Estado de México, los cuales revelaron niveles demasiado altos de obesidad. Ante ello, un grupo de especialistas fue a medir el daño metabólico en los niños. Lo que descubrieron encendió las señales de alarma: había niños de seis años con pérdida glicémica, hipertensión arterial, con factores preinflamatorios activados, con glicosilación de las proteínas... Todos estos síntomas, que en condiciones normales se presentan sólo en los adultos mayores, ya se observaban en los niños con obesidad, en especial en quienes consumían refresco. Ahí se veía nítidamente que ya teníamos encima la epidemia de obesidad y enfermedades no transmisibles.

Lo que vieron este y otros investigadores hizo que radicalizaran su postura. Así que lanzaron la campaña de alerta epidemiológica, y se plantearon disminuir lo más posible esas bebidas y los productos chatarra de la dieta de los niños. Procuraron convencer a la industria y la invitaron a sumar esfuerzos. Luego de reiterados e infructuosos intentos, el investigador se dio cuenta de que la industria tenía la consigna de sabotear todas y cada una de las medidas de salud pública para controlar la epidemia de obesidad y enfermedades no transmisibles.

–No podemos seguir así. Es urgente que nos pongamos de acuerdo para ver cómo regulamos la venta de productos en las escuelas y la publicidad dirigida a los niños –dijo el investigador.

—El gobierno no tiene por qué meterse —resonó inflexible la voz del representante empresarial—. No nos vengan a decir qué hacer ni cómo hacerlo. Nosotros vamos a tomar las medidas que consideremos adecuadas y las aplicaremos como pensemos que sea más conveniente.

—¡Qué tristeza me da que no seas consciente de lo que estás haciendo! —le reclamó el investigador—. Vas a provocar la muerte no de cientos..., mejor dicho, de miles de niños —su voz resultó profética: hoy ya llevamos 2 millones de muertes, tan sólo en el caso de la diabetes, y el doble si sumamos todas las enfermedades asociadas al síndrome metabólico.

—¡Me estás llamando asesino! —se crispó con tono ofendido la voz del representante de los fabricantes de comestibles chatarra y refrescos.

—¿Y entonces cómo se le debe llamar a quien con premeditación sabe que sus actos van a llevar a la muerte a alguien?

Ha transcurrido más de una década de ese desencuentro. ¿Acaso ante la pandemia que ha recorrido el mundo la industria de alimentos y bebidas, principal causante de la epidemia de obesidad, así como de la alerta epidemiológica por diabetes, ha asumido públicamente su responsabilidad? ¿Se ha comprometido a sumarse a las políticas públicas para enfrentar esa situación, así como para reformular sus productos y hacerlos saludables? Nada de eso, al contrario, solicitó demorar tres años la aplicación del nuevo etiquetado programado para entrar en vigor a finales de 2020.

En fin, la pandemia invitaba a seguir otros senderos y epidemias para continuar jalando hebras conectadas como en una red a una epidemia mayor, la sindemia o madre de todas las epidemias que se retroalimentan entre sí, y cuya máxima expresión es el cambio climático..., pero que rebasan los fines del presente trabajo.

La obesidad y los padecimientos que ésta genera se han convertido en un problema de salud pública, en buena medida, por la gran cantidad de mentiras que deliberadamente circulan disfrazadas de ciencia, lo cual confunde y desorienta a la población acerca de los riesgos que entraña el consumo de comestibles ultraprocesados y bebidas azucaradas, de cómo la mala nutrición afecta nuestro organismo y de cómo debemos alimentarnos para

fortalecer nuestro sistema inmunológico. En ambos casos, la infodemia alimenta la ignorancia.

No obstante, nos parece más perversa la viralización de la ignorancia en el caso de la mala alimentación, porque aun en medio de la catástrofe sanitaria y a sabiendas de que la obesidad y sus secuelas debilitan las defensas de nuestro organismo ante el SarsCov-2, la gran industria de alimentos y bebidas se frota las manos ante el creciente consumo de chatarra derivado del encierro forzado, sin importarle lo más mínimo. No sería nada raro que ante el agravamiento de los casos de obesidad se saque de la manga una de sus explicaciones alternativas favoritas: “la culpable es la inactividad física, no nuestros productos”.

Aun cuando sin duda ese torrente de *fake news* provocó infinidad de daños colaterales, hubo ejemplos tan evidentes de su falsedad que también levantaron una ola de hartazgo social, de indignación ante la sensación de que se nos quería engañar, de que había intentos deliberados de generar dudas, tanto sobre la propia epidemia como respecto a la forma de enfrentarla por parte del sector salud. Esa producción premeditada de dudas encaminadas a multiplicar la sensación de constante incertidumbre, incluso de miedo, se conecta con uno de los asuntos medulares en esta obra: la fabricación de la ignorancia.

De la ignorancia que nos ocupamos en estas páginas, en particular, es ésta que la industria de alimentos y bebidas se las ha ingeniado para fabricar, sembrando dudas sobre los daños que causan sus productos –principal motor de las altísimas tasas de sobrepeso, obesidad y enfermedades como la diabetes, según lo prueban contundentes evidencias científicas–, a través del financiamiento de investigaciones y de actividades académicas, así como del establecimiento de lazos económicos con sociedades profesionales de la salud, la nutrición y otras.

En realidad, no es que esta industria haya descubierto el hilo negro. Como todas aquéllas que fabrican productos que dañan a la salud, las corporaciones de alimentos y bebidas tan sólo se han dedicado a aplicar el libro de jugadas o estrategia general que desarrollaron durante décadas las tabacaleras para crear confusión sobre sus perjuicios a la salud, a fin de retrasar lo más

posible la implantación de medidas para regularlas y desincentivar el consumo de cigarros.

De sembrar dudas, incertidumbre y confusión a la creación de la ignorancia, hay un solo paso.

En este caso, no se trata de la simple distorsión de hechos para construir una noticia falsa. Lo que nos interesa en particular es la fabricación “científica” de versiones que se presentan como verdaderas (o de “verdades” que se nos venden como científicas), pero que con demasiada frecuencia cumplen objetivos principalmente mercadotécnicos.

Nos planteamos una serie de complejas interrogantes a las que procuramos dar respuesta a lo largo de estas páginas, comenzando por preguntarnos si de veras es posible afirmar que la ciencia puede generar ignorancia.

¿Pues no que la ciencia es el camino infalible hacia la verdad, el único antídoto contra la ignorancia? ¿Acaso el método científico no señala los pasos para llegar a resultados objetivos, imparciales, libres de prejuicios, inmunes a los sesgos y a los intereses? ¿La ciencia siempre es ciencia, la haga quien la haga?

¿La ciencia que se ha impulsado en México en las últimas décadas busca resolver los grandes problemas nacionales de salud y alimentación? Ante la pauperización del trabajo científico y académico, ¿cuáles son los riesgos para las universidades y los centros de investigación de aceptar el financiamiento de la industria de alimentos y bebidas? ¿Debemos confiar en las investigaciones financiadas por la industria que ofrecen explicaciones alternativas de la obesidad y de enfermedades como la diabetes? ¿Y en el caso de los apoyos a las asociaciones profesionales de la salud para la organización de congresos y la educación continua?

Aunque no es ilegal ni implica forzosamente corrupción, ¿sería legítimo y éticamente correcto que un hospital de enfermedades respiratorias recibiera financiamiento de una compañía cigarrera? ¿Deberíamos ver con buenos ojos o como algo natural los apoyos de la industria refresquera y de comestibles ultraprocesados a universidades y asociaciones de nutriólogos, pediatras, cardiólogos, endocrinólogos y otras especialidades?

¿Es posible prevenir y evitar los conflictos de intereses que pueden derivarse de las relaciones resbaladizas entre quienes deben velar por nuestra salud y las compañías que producen bebidas o comestibles asociados con enfermedades crónicas? ¿Qué historias de conflictos de intereses han ocurrido en México en este ámbito y quiénes han sido sus protagonistas?

A lo largo de este libro procuraremos dar respuesta a estas y otras interrogantes, precisamente, porque consideramos que éste es un momento más que oportuno para hablar públicamente de conflicto de interés en México, así como se ha hecho ya en algunos países de unos pocos años para acá.

Estamos seguros de que poner este asunto en la agenda ciudadana permitirá que ya no sólo los funcionarios públicos, sino la sociedad en su conjunto –y con ella los investigadores, académicos, profesionales de la salud, sus organizaciones y todos aquellos científicos que se acerquen desde sus disciplinas al tema de la alimentación– dejen de ver los conflictos de interés reales o potenciales como normales, inevitables, irrelevantes o justificables.

Pensamos que en algo puede contribuir a este propósito el dar a conocer, a través de una investigación periodística, algunos de los casos más emblemáticos de conflicto de intereses que han ocurrido en México, a raíz de la creciente participación de las grandes corporaciones de la industria de alimentos y bebidas en el financiamiento de investigaciones científicas y actividades académicas, tanto en instituciones de educación superior y centros de investigación, como en asociaciones de profesionales de la salud y la nutrición, aprovechándose de la pauperización del trabajo en este ámbito.

Tal estrategia, como mostraremos a lo largo de los ocho capítulos que integran *Alimentarnos con dudas disfrazadas de ciencia*, les ha redituado una invaluable utilidad en términos de evidencias “científicas” convenientes tanto para impulsar el consumo como para entorpecer o bloquear medidas como el establecimiento de impuestos a los refrescos tendiente a desincentivar su consumo, la regulación de la publicidad dirigida a los niños o un etiquetado que de verdad informe sobre el contenido de los productos. Incluso, su amplio repertorio de jugadas les ha permitido a los fabricantes

de productos chatarra realizar no sólo un “lavado de salud” de sus dañinos productos, sino crearse una imagen pública como grandes benefactores de la sociedad.

Si poco se ha trabajado en México el tema del conflicto de interés en el campo de la administración pública, fundamentalmente a partir de la historia de la “casa blanca” del ex presidente Enrique Peña Nieto, menos aún se ha explorado en el ámbito de la investigación científica en el área de la nutrición, la educación superior y las agrupaciones profesionales en el sector de la salud. De hecho, en todo el mundo poco se ha avanzado en materia de regulación de conflictos de intereses en la industria alimentaria, en comparación con la tabacalera o la farmacéutica.

Fueron decisivas las lecturas de Marion Nestle, David Michaels, Nicholas Freudenberg y Robert Proctor para entender mejor el terreno que estábamos explorando, los temas centrales, los actores principales y para orientarnos acerca de a qué debíamos prestar atención en los casos concretos con los que nos topáramos en el contexto mexicano.

Pese a no ser abundantes, en México encontramos trabajos realizados por algunos investigadores en el campo de la salud pública que nos fueron de gran utilidad, sobre todo porque varios de ellos ofrecen testimonios personales, de primera mano, pues les ha tocado vivir y sufrir los avatares y descabros que han tenido las políticas en salud alimentaria. Lamentablemente, en la mayoría de los casos, son materiales que no han llegado al público en general.

Lo que sí ha estado al alcance de la sociedad es la labor de divulgación realizada por organizaciones como la Alianza por la Salud Alimentaria y El Poder del Consumidor, que a lo largo de una década han venido dando cuenta de varios episodios relacionados con conflictos de intereses. Resultó particularmente ilustrativa *La trama oculta de la epidemia de obesidad*, que para nosotros representó un primer acercamiento cartográfico a lo que sucede en nuestro país, fundamental para avanzar en la elaboración de un mapa un poco más definido, pero aún por completar.

Alimentarnos con dudas disfrazadas de ciencia lleva en el primer capítulo a desentrañar cómo, a pesar de vivir en una época en la que las nuevas tecnologías ofrecen un caudal de informa-

ción como nunca antes en la humanidad, el virus de la ignorancia nos ha invadido, propagado por un grupo de expertos en ciertas “artes” y “ciencias” que la han esparcido como escudo para ocultar el conocimiento. Al inundarnos de información errónea, sembrando estratégicamente dudas e incertidumbre, pretenden mantenernos ignorantes de lo que no desean que sepamos.

Transitamos por el lado oscuro de la ciencia, ése que lejos de la búsqueda de la verdad, la objetividad y la neutralidad (sus principios básicos), se acerca cada vez más al ámbito de los negocios, influenciada por el capital corporativo que actualmente domina al mundo, convirtiéndose en un instrumento de riqueza para unos cuantos.

De hecho, existen académicos capaces de moldear dudas a la medida: según convenga, la duda sirve para cuestionar investigaciones que revelan los daños producidos por un comestible ultra-procesado, presentando estudios financiados que “comprueban” su inocuidad, por ejemplo, o bien para desacreditar las investigaciones o las medidas instrumentadas por los reguladores para reducir el consumo de tales productos, aduciendo “científicamente” que no existen evidencias contundentes. Esos investigadores son auténticos comerciantes de la confusión. Para ellos la evidencia científica mostrada nunca es suficiente.

A lo largo del segundo capítulo, se expone cómo ha permeado el conflicto de interés en la academia (universidades y centros de investigación) en el área de la salud y la nutrición. A través de un ejemplo emblemático, se ilustra el tipo de argucias empleadas por una refresquera para cooptar a universidades y académicos, mediante el patrocinio de investigaciones destinadas a fabricar evidencias en su favor, a fin de descalificar las que no le favorecen.

Asimismo, este apartado da cuenta de las repercusiones que se desencadenaron tras ponerse al descubierto la investigación mercadotécnica disfrazada de ciencia básica, lo que obligó a una conocida empresa a transparentar sus apoyos en investigación sobre salud y nutrición. Este escándalo alcanzó proporciones a escala internacional, que inclusive llegaron a nuestro país.

Se aborda, también, el despertar de la conciencia nacional sobre el conflicto de interés y la forma en que empezaron a tratar

de regularse en este sentido las acciones de los servidores públicos. De igual manera, se consigna que, a pesar de la importancia del conflicto de interés, a muchos de los científicos y académicos en el campo de la salud y la nutrición aún no les ha *caído el veinte* de que no es correcto recibir dinero de empresas que provocan daños a la salud. De ahí la necesidad urgente de ventilar ampliamente estos temas en México.

El capítulo 3 ofrece al lector un breve panorama histórico, a partir de que la OMS declaró que la obesidad era un problema prioritario a nivel global. Aquí contamos la historia tanto de los distintos esfuerzos que ha realizado un grupo de profesionales de la salud y de organizaciones de la sociedad civil para abatir en México el incremento del sobrepeso y obesidad (de los más acelerados del mundo), como de la gama de estrategias desplegadas por las empresas para frenarlos, obstaculizarlos o esquivarlos.

Página tras página recorreremos el largo y sinuoso camino por el cual la industria de bebidas y alimentos hizo transitar, durante casi dos décadas, a académicos, médicos e investigadores, quienes pasaron de la candidez al desengaño y luego a los desencuentros, para finalmente escalar hasta la confrontación, tras demandar el diseño y aplicación de una política pública sobre salud alimentaria, a fin de impedir que la obesidad y la diabetes se convirtieran en una catástrofe epidemiológica y financiera del sector salud.

En el trayecto también nos asomamos a los conflictos de intereses de las autoridades del sistema de salud con las empresas, acercándonos a dos de ellos, registrados en una publicación inglesa. Además, revisamos algunas definiciones y reglas con las que los estudiosos tratan de acotar el conflicto de interés y blindar las políticas públicas en el campo de la alimentación, las cuales deben basarse en evidencia científica, libre de influencia comercial.

En el cuarto capítulo ponemos a la ciencia en conflicto bajo el microscopio, con el fin de develar la manera como la industria de alimentos y bebidas –aprovechándose del famélico presupuesto destinado a la ciencia en México– se ha valido del seductor financiamiento a estudios sobre salud y nutrición para penetrar en las universidades. Así, no sólo las ha poblado de intereses comerciales y ha puesto al servicio de poderosos consorcios a la ciencia y la

tecnología de frontera –encaminadas de este modo a promover ganancias, más que a prevenir las enfermedades. También ha reclutado a profesionales para que sus investigaciones les ayuden a estas empresas a “demostrar” los “beneficios” de sus productos en la salud, así como a refutar las evidencias científicas sobre el daño que causan.

Con detalle, incursionamos en el manual o libro de jugadas –una estrategia general que llevan décadas desarrollando las corporaciones–, el cual posee un cúmulo de diversas tácticas a las que las industrias recurren para enfrentar la amenaza de distintas regulaciones (impuestos, etiquetado, publicidad, reformulación de productos), incluida la fabricación de “evidencias científicas” convenientes, al igual que la creación de explicaciones alternativas a los problemas de salud asociados con la dieta.

Negar, retrasar, dividir, desviar, sembrar dudas y desacreditar productos son algunas de las tácticas empleadas con mayor frecuencia, al igual que la de sabotear la evidencia científica, financiando estudios hechos a modo para rebatir los hallazgos científicos. Con ello, corrompen tanto la trayectoria de la ciencia y su búsqueda del conocimiento para posibilitar el bienestar de la humanidad, como el sentido ético y la visión social de los investigadores y académicos. Así lo podemos corroborar en los estudios sobre los resultados acerca del impuesto a los refrescos, de los que aquí se da cuenta.

Una de las puertas que abre el capítulo 5 permite asomarse a cómo se ha seducido a las universidades públicas, a fin de dar a conocer algunos de los financiamientos que han recibido por parte de la industria de bebidas y alimentos las dos instituciones de educación superior más relevantes del país: la Universidad Nacional Autónoma de México y el Instituto Politécnico Nacional.

Entrar por ella, nos permitió hurgar en la sutil red que ha tejido esta industria entre los centros de educación superior, de investigación, las sociedades gremiales y los especialistas, a fin de poner en duda la ciencia, difundir información falsa (*¿fake science?*) e incluso contar con un *pool* de consultores expertos para sus foros y que, en caso necesario, la representen en tribunales.

Asimismo, nos cercioramos de los conflictos de interés que hay tras esa inversión de la industria que resulta redonda: se ahorra

impuestos, aprovecha la capacitación de los investigadores y la infraestructura de las instituciones públicas –subvencionadas por el erario–, posiciona su imagen pública como gran benefactora de la investigación científica en nuestro país y a largo plazo, lo que es más redituable, inculca entre la comunidad académica y estudiantil de las áreas de la salud afinidad hacia los comestibles ultraprocesados, visión que se reproduce generación tras generación.

Examinar el papel que juegan en nuestro país las sociedades profesionales de nutriólogos, pediatras y otras especialidades médicas, que como práctica común (¿y de la manera más inocente?) reciben fondos de las empresas que producen bebidas y comestibles ultraprocesados, es lo que ofrece el capítulo 6, a la luz de acercarnos a algunas de ellas cuando están fuera del clóset.

Como cualquiera puede advertir, muchas de estas agrupaciones de profesionales –fundadas casi siempre con el propósito tanto de orientar al público en general sobre el tipo de alimentación que debe consumir, como de ofrecer capacitación y actualización a estudiantes y profesionistas– son patrocinadas por la industria para llevar a cabo congresos, simposios, conferencias, editar publicaciones, otorgar premios y becas, e incluso avalar comestibles ultraprocesados de dudosa reputación (o sea, ponerles un sello de “calidad”).

De igual manera, mostramos que algunas han incurrido en conflicto de interés y otras han estado en riesgo de hacerlo, a pesar de que casi ninguna de ellas reconoce abiertamente los orígenes de su financiamiento, que a varias las ha llevado a convertirse en uno de los brazos de la industria, a meter mano en las instituciones de educación superior e incluso en el diseño de políticas públicas.

En el capítulo 7, tras la pista de la máscara humanitaria de la filantropía, seguimos el rastro de las acciones de responsabilidad social de algunas de las empresas de bebidas y comestibles ultraprocesados, a fin de descubrir qué se esconde detrás del altruismo de fundaciones que se vanaglorian de realizar actividades de asistencia social (educativa, cultural, deportiva, sanitaria), protección del medio ambiente y fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico.

Con apoyo de Marion Nestle, explicamos que las fundaciones y las corporaciones operan como una sola unidad para alcanzar

sus objetivos de mercadotecnia: “ganar amigos y neutralizar a los críticos a través del ‘lavado de la salud’, la inversión en las comunidades, el apoyo a organizaciones e investigaciones de profesionales de la salud [...] y la promoción de la protección del medio ambiente”.

De modo similar, identificamos el jugoso nicho que expresen con tal de alcanzar mayor crecimiento, dándose mañas para allegarse recursos privados y de paso *pararse el cuello* con sus actividades filantrópicas: los objetivos comerciales hacen suyas a las causas sociales.

En el capítulo 8, cambiamos la máscara humanitaria por la careta de la sociedad civil, y así mapeamos a distintas organizaciones que aparentando representarla, en realidad están generosamente alimentadas por corporaciones y responden a sus intereses.

Deseamos, por lo mismo, mostrar lo que en realidad hay detrás de los principales grupos fachada, cuya particularidad en el caso de este trabajo es que no sólo pretenden pasar por representantes sociales, sino que algunos de ellos se presentan como institutos científicos, a veces con alcances internacionales, y se miden conforme a los parámetros de la ciencia corporativa. Bajo este disfraz, pretenden esconder que en realidad traen bien puesta la camiseta corporativa, su verdadera identidad. ¿Quiénes están detrás de estos grupos? ¿Qué redes de poder han tejido?

Además de empaparnos lo más posible en este complejo tema, revisar la bibliografía a nuestro alcance, toda cuanto llegó a nuestras manos y toda a la que llegamos escarbando en multitud de documentos y páginas de internet, nos acercamos a más de treinta especialistas que han reflexionado en torno a los conflictos de intereses, o han sido protagonistas en distintos lados de la cancha.

Planteado en un inicio como un trabajo de investigación que nos tomaría tres meses, lo cierto es que ponerlo en práctica se prolongó lo que dura un embarazo, nueve meses. Visto desde esta perspectiva, no sólo le dedicamos todo este tiempo, sino también le pusimos dedicación, pasión y aun amor.

Para llegar al resultado que tienen ante la vista, tuvimos la oportunidad de conocer y entrevistar a varios de los protagonistas principales de las historias de conflicto de intereses de las que damos cuenta.

Como periodistas de ciencia, nos acercamos a este tema con la mirada de quien no conoce del asunto más que lo elemental, y nos fuimos asombrando porque lo hicimos procurando aproximarnos desde la mirada de un ciudadano de a pie, quien no puede dar crédito que se le haya estado engañando durante tanto tiempo. Y menos que se haya estado utilizando a la ciencia para fabricar mentiras disfrazadas de ciencia, o ciencia para descalificar a la ciencia.

En el entendido de que se trataba de periodismo de investigación, buscamos entrevistas con otros informantes, navegamos en cientos de páginas web y documentos. Tocamos puertas que por una u otra razón no se nos abrieron en corporaciones, en sociedades profesionales, en universidades, en instituciones públicas. Nos faltó tocar muchas, porque además a cada paso del pasillo parecían surgir de la nada nuevas puertas.

Finalmente, tal vez habríamos llegado a más resultados de haber tenido más experiencia en la elaboración y seguimiento de solicitudes de acceso a la información. Calar más profundo en el tema, ahora lo vemos, amerita un equipo multidisciplinario de investigación.

Sin embargo, aun cuando el presente trabajo no permite ofrecer a los lectores más que la punta del iceberg que representan los conflictos de interés en este campo, creemos que será suficiente como para reconocer que, en efecto, es necesario ventilar ampliamente este tema. Porque lo que no se airea suele empezar a oler mal.

Iniciamos esta introducción comentando que ante la pandemia ya no tuvimos excusa para no sentarnos a teclear. Y ahora debemos confesar que una vez que empezamos a teclear fue difícil detenernos. Más aún porque la pandemia abrió una serie de ventanas por las que se nos antojaba asomarnos, a fin de vislumbrar un horizonte de temas posibles para trabajos futuros, pero que necesariamente debíamos dejar para después.

MENTIRAS “CIENTÍFICAS”: NUTRIR LA IGNORANCIA

LA FABRICACIÓN DE INCERTIDUMBRE

¿A quién le gusta que le mientan? En estos tiempos de desencanto generalizado ante la dureza de las circunstancias actuales, difícilmente encontraremos personas –con excepción de los masoquistas– que defiendan la idea del bolero que implora “miénteme más, que me hace tu maldad feliz”. No, nada más inverosímil y lejos de la realidad: no sólo nos molesta a todos el engaño, sino que estamos hartos de que nos vean la cara, de que nos escamoteen la verdad con premeditación, alevosía y aun cinismo.

Si partimos de que una mentira es una afirmación hecha por alguien a sabiendas de que no es verdad, es decir para ignorar la verdad, resulta indignante cuando nos enteramos de que la inmensa mayoría hemos sido –y se pretende que lo sigamos siendo– víctimas de una mentira a fin de lograr determinado objetivo, es decir para engañarnos.

Peor aún si esa mentira entra por nuestra boca a través de una necesidad, manipulada por un deseo encarnado en nuestros cuerpos sin importar que dañe nuestra salud y carcoma el tejido de la vida de las actuales generaciones y las que están por venir, pues obedece a un hiperconsumo regido por el imperativo del mercado.

Sin duda, la indignación de la mayoría de la gente ante un engaño puesto al descubierto se produce tanto en el ámbito personal como en el económico y social, donde numerosos políticos han hecho de la mentira un “arte”.

Lo cierto, lamentablemente, es que la mayoría de nosotros vivimos engañados, pero no nos damos cuenta de ello; hay una especie de velo entre la realidad de las cosas y nuestra percepción, que nos hace considerar como natural e inmutable al mundo tal como está.

Muchos factores e instituciones contribuyen a mantener este embuste. Sin embargo, lo más sorprendente, perturbador e indignante consiste en saber que ya ha quedado al descubierto que hay quienes se valen también de la ciencia para engañarnos y sumirnos en la ignorancia. En este territorio queda poco margen para la improvisación o la casualidad, donde todo está fría y “científicamente” planeado y calculado..., o al menos se pretende que así sea.

¿Pero de verdad es posible utilizar a la ciencia para construir mentiras? A reserva de ir demostrándolo a lo largo de este libro, adelantamos que no sólo sí se puede, sino hay ejemplos contundentes que lo comprueban.

Como hemos idealizado a la ciencia y a los científicos, solemos olvidar que son un producto social, con una dimensión política, por lo que no pueden ser ajenos a la estructura de poder existente en cada país. Según afirma el físico y humanista John Ziman, la ciencia hoy “es un factor tan importante en la vida pública de cada nación que atrae gran atención del poder”. Es decir, en cada país la ciencia es “moldeada por los poderes gubernamental, industrial, comercial, militar y clerical, entre otros”.

Al estar integrada a la estructura socioeconómica y considerarse como posible fuente de poder, sus funciones tienden a responder a los grupos dominantes y a su agenda política, si bien en sociedades como la nuestra el control no es total. De ahí que en la actual fase de la globalización y el neoliberalismo, en su lucha por

conquistar más consumidores y mercados, las grandes corporaciones multinacionales han puesto a su servicio la tecnociencia –fruto de la combinación de la investigación científica y la innovación tecnológica– como vehículo para generar las mayores ganancias económicas en el menor plazo posible, sin importar los costos ambientales, sociales y en salud.

Desde esta lógica, la ciencia y sus aplicaciones únicamente sirven (o al menos es su propósito principal) para mantener o aumentar el ritmo del crecimiento económico, a fin de reportar mayores utilidades a los inversionistas y accionistas de las empresas privadas. Primordialmente ése es el objetivo de invertir en ellas, no para solucionar los grandes problemas que aquejan a las sociedades.

De esta manera, la ciencia y la tecnología han contribuido a imponer los valores económicos como los únicos elementos rectores de la realidad contemporánea, desplegando como forma dominante un conocimiento “objetivo”, “neutral”, fragmentado y cada vez más especializado, que nos impide ver con claridad las atroces consecuencias y los enormes riesgos que entrañan para el devenir de la existencia humana muchos de los avances científicos e innovaciones tecnológicas.

No sólo eso, sino además a la sombra de estos avances se ha propagado, lenta y sistemáticamente, el virus de la ignorancia. ¿Pero cómo, si estamos en plena era de las tecnologías de la información y la sociedad del conocimiento? Es inconcebible que la ignorancia nos invada cuando gracias a internet hoy estamos “mejor y más informados que nunca”.

Todos creemos en el conocimiento y la importancia que representa en el mundo de hoy, aunque sólo unos cuantos sabemos cómo se construye. La epistemología es, precisamente, la encargada de estudiar las formas de construir el conocimiento, camino por el que han optado los estudiosos del saber científico. No obstante, pecamos de ignorantes al no considerar que la ignorancia también se puede estudiar y construir, que hay muchos tipos de ella y a veces tiene consecuencias desastrosas en nuestras vidas.

No hablamos del tipo de ignorancia en el sentido de combatir la superstición y el pensamiento mágico conforme avanza el conocimiento científico; tampoco nos referimos a la que es resultado de la

decisión de centrarse en algo mientras se ignora lo otro o se le presta poca atención, pues de acuerdo con Robert Proctor, especialista en historia de la ciencia, la ignorancia “tiene una geografía política”, donde “se fomenta aquí y se desalienta allí”, porque supone que “la investigación es siempre selectiva”. De la que hablamos, siguiendo a este historiador, es de “la ignorancia, o la duda o la incertidumbre, como algo que se hace, mantiene y manipula por medio de ciertas artes y ciencias”.

Es innegable, como veremos en estas páginas, que hay grupos interesados en evitar que nos enteremos de algunas cosas, en que no lleguen a nosotros ciertos conocimientos “y trabajarán activamente para organizar la duda, la incertidumbre o la información errónea para ayudar a mantener (tu) ignorancia”.

Esta ignorancia como estrategia deliberada es la que ha predominado en todas las controversias tecnocientíficas: cambio climático, tabaquismo, comestibles ultraprocesados (mal llamados alimentos), energía nuclear, cultivos transgénicos y contaminación por diversas sustancias químicas...

Robert Proctor propone el término *agnotología* para designar el estudio de la ignorancia, a fin de “comprender cómo y por qué varias formas de conocimiento ‘no han llegado a existir’, o han desaparecido, o se han retrasado o por mucho tiempo descuidado”. Plantea la necesidad de entender cómo se ha “creado e ignorado la ignorancia, vinculando estas ideas también a creaciones aliadas de secretismo, incertidumbre, confusión, silencio, ausencia e impotencia”.

Sugiere desarrollar herramientas que nos permitan explorar la “producción consciente, inconsciente y estructural de la ignorancia, sus diversas causas y conformaciones [...] El punto es cuestionar la naturalidad de la ignorancia, sus causas y su distribución”.

Demuestra, incluso, que la ignorancia puede propagarse a través de un plan secreto, deliberado, como el que empleó la industria tabacalera “para fabricar dudas sobre los peligros del tabaquismo”. Luego de ser el primer historiador en testificar contra esta industria, en su libro *El holocausto dorado: orígenes de la catástrofe tabaquera y los intentos por la abolición*, Proctor ventiló la forma en que durante varias décadas aquélla ha promovido la ignorancia

como escudo para ocultar el conocimiento sobre los perjuicios que causa el cigarro.

El doctor Jorge González nos recomendó ampliamente este libro porque generó un gran revuelo en el Congreso de Estados Unidos, al mostrar toda la serie de acuerdos deshonestos ("cochupos" le llamó él) mediante los cuales la industria tabacalera y un amplio sector académico resultaron beneficiados, al margen de la legalidad y de los intereses de la sociedad: "Habían sido comprados departamentos universitarios completos, universidades enteras, investigadores superconnotados..."

En el caso del tabaco, como documentó Proctor en *El holocausto dorado*, la industria tabacalera invisibilizó el trabajo del "científico médico argentino que desde 1923 probó la nicotina en conejos y todos desarrollaron tumores cancerígenos", refiere González, coordinador del Laboratorio de Investigación en Desarrollo en Comunicación Compleja en el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM.

Eso es lo que se propone la agnotología, explica Jorge González, "la inducción deliberada de mentiras para conseguir un objetivo económico o político". En síntesis, la agnotología fabrica *fake news* y, como veremos a lo largo de estas páginas, también *fake science*.

Como cualquiera puede constatarlo en el libro *Agnotología. El hacer y deshacer la ignorancia*, editado por el mismo Proctor y Londa Schiebinger, ésta puede ser una valiosa herramienta para explicar una gran diversidad de fenómenos y procesos. Permite dar cuenta de cómo la ciencia del cambio climático se convirtió en una víctima de la guerra fría; entender la forma en que se ha impugnado la ciencia encaminada a proteger la salud pública de la contaminación ambiental; comprender el modo en que los conquistadores españoles desacreditaron la medicina indígena (y la dieta de los antiguos mexicanos) o retomaron ciertos remedios, pero descartaron otros como las plantas abortivas; revelar la estrategia para favorecer los organismos genéticamente modificados y anular el principio de precaución, e incluso desmenuzar la lógica de la censura moderna en los medios de información o desmontar el mito de la objetividad dentro del engranaje periodístico.

Por supuesto, para los fines de este trabajo, la agnotología también nos puede ser de gran utilidad a fin de develar las tácticas que ha desarrollado la industria de alimentos y bebidas para desacreditar las evidencias presentadas por los especialistas en contra de sus productos, tratando de negar o minimizar los daños a la salud que provocan, por una parte, y de exaltar sus supuestas virtudes.

En todo ello, las relaciones públicas y el marketing han cumplido una misión que roza la mentira y la patraña, aun valiéndose de la ciencia, para restar importancia a las inquietudes en torno a la salud y evitar con ello una regulación que repercuta en sus ganancias.

Este tipo de planes secretos, de estrategias deliberadas, se ha sintetizado en una especie de manual al que recurren diversas industrias cada vez que surge un proyecto de regulación que atente contra sus intereses.

Una de las formas más exitosas de esparcir la duda consiste en privilegiar el acceso a contenidos inciertos, relegando la información científica disponible. Hoy internet es el recurso más usado para fomentar la confusión, fragmentar el conocimiento, generar dudas e introducir ideas sin mayor fundamento o “evidencias científicas”, que en la mayoría de los casos no se confrontan con información de fuentes confiables ni se debaten.

EL LADO OSCURO DE LA CIENCIA

A todos nos provocan incertidumbre las dudas. Preferimos que nos hablen con la verdad y más cuando se trata de conocimientos científicos, pues generación tras generación los maestros siguen inculcándonos una serie de mitos sobre la ciencia: que su razón de ser es, precisamente, la búsqueda de la verdad objetiva, que no tiene más valores o compromisos que la veracidad y que ningún tipo de interés nubla sus resultados ni los pone en entredicho.

Y sin embargo los tiene, afirma el doctor en sociología Jorge González, pues “la ciencia no es impoluta”. En cualquier tipo de desarrollo científico “siempre hay una toma de posición frente a las cosas, y eso no es nada objetivo”. No existe la objetividad absoluta, por mucho que se acerque, pues “la ciencia no deja de ser una ver-

sión sobre el mundo, una representación de la realidad, una interpretación de cómo opera". Incluso las técnicas de medición están "totalmente preñadas de interpretaciones", porque todo siempre se ve desde diferentes perspectivas.

Además, para González la historia de la epistemología científica ofrece numerosos ejemplos del conjunto de intereses y tomas de posición involucrados, "algo que hoy es más descarnado porque existen fundaciones y organizaciones que fondean investigaciones, en las cuales el financiamiento depende de muchas cosas".

De acuerdo con el especialista en estudios culturales, la ciencia constituye sólo una forma de conciencia social, que da representaciones sobre los procesos de transformación de diversos objetos de estudio. Si hay ciencia es porque genera teoría para entender, explicar y predecir: "La ciencia no es *la verdad*, pero es una verdad que se puede conocer entre muchos, una representación que, siguiendo los mismos pasos, es reproducible o refutable".

Efectivamente, como nos enseñó alguna vez nuestro maestro Daniel Prieto Castillo, las versiones de la realidad pueden ser más o menos leales a ésta: mientras unas logran reflejarla mucho mejor, otras no hacen sino deformarla a tal punto que a veces ya no se parece nada a ella.

Lo cierto es que la mayoría hemos crecido bajo esta falsa premisa de la verdad absoluta. Muchos compañeros de nuestra generación realmente estuvimos convencidos de que la ciencia y la tecnología eran, sin sombra de duda, las llaves para descubrir los misterios del universo y la naturaleza, para salir del atraso y el subdesarrollo a través del progreso técnico e industrial y, con ello, acabar con el hambre y las enfermedades, con la ignorancia y el fanatismo. De esta manera lo vivimos como estudiantes y cuando empezamos a trabajar en la divulgación científica.

Aunque nosotros no pensábamos dedicarnos al ejercicio de la divulgación de la ciencia, lo cierto es que poco después de egresar de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva en la UNAM, una de las primeras oportunidades laborales que se nos presentó fue en la revista *Información Científica y Tecnológica* del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), donde por casi diez años nos formamos en esta disciplina. Desde entonces, en diversos

ámbitos y medios de comunicación, realizando diferentes funciones, casi invariablemente hemos estado vinculados a esta rama del periodismo y a la divulgación, si bien en varias etapas la vida nos ha conducido al campo de la cultura, el arte y la educación, y también al de las humanidades y los temas políticos y sociales.

En este trayecto, fruto del contacto frecuente con investigadores y especialistas de distintas disciplinas científicas y tecnológicas, nos enamoramos del periodismo de ciencia, nos hicimos miembros de una sociedad de divulgadores y nos convertimos en apasionados defensores del pensamiento científico, en admiradores del trabajo que han realizado muchos hombres de ciencia, y nos hemos mantenido al tanto de los avances y descubrimientos en diversos campos del conocimiento, el cuestionamiento de las pseudociencias, así como los casos de fraudes científicos, de plagios y de otras prácticas apócrifas.

Tras este caminar hemos reconocido que el lado luminoso de la ciencia y la tecnología ha acercado al ser humano a la comprensión de las leyes de la naturaleza y del universo, y a obtener múltiples beneficios más. Sin embargo, nuestra formación universitaria en ciencias políticas y sociales ha posibilitado, también, que veamos su lado oscuro: las atrocidades que se han cometido gracias a sus avances y sus consecuencias bélicas, ambientales, económicas, sociales, en fin... Hemos sido testigos de una ciencia y una tecnología elitistas que fuera de toda ética han servido para la explotación del trabajo, la acumulación de la riqueza y la destrucción del mundo. Una visión crítica y una postura, pues, que algunos fundamentalistas de la divulgación de la ciencia, la tecnología y la tecnociencia podrían calificar de “anticiencia”.

No nos queda duda de que se pervirtió el espíritu de la ciencia que, al decir de los integrantes del Círculo de Viena, sólo tiene sentido si sirve a la vida y la vida la acoge en su seno. Esa concepción de ciencia inmersa en la realidad social de hombres y mujeres que podrían resolver sus problemas y mejorar su condición humana a través del conocimiento, no se ha logrado en México ni en el mundo entero. Todo lo contrario, la degradación que ha experimentado el conocimiento científico se traduce en “la frustración y en la perversión que surgen dentro de una sociedad en la cual

la ciencia es estimada por lo que añade a las ganancias privadas y a los medios de destrucción”, como señala John D. Bernal, en *La ciencia en la historia*.

A dos siglos de existencia, la ciencia se ha convertido en un instrumento de riqueza para unos cuantos y en el botín del selecto y poderoso grupo que toma las decisiones económicas y políticas sobre el rumbo de las naciones y al que poco le importa el bienestar de la humanidad en su conjunto. En los últimos 50 años el desarrollo científico y tecnológico ha sido financiado, dirigido o influenciado por el capital corporativo que actualmente domina al mundo.

Ya es inocultable que esta ciencia corporativa es responsable de peligros como gases de efecto invernadero, comestibles dañinos, agrotóxicos, plásticos, medicamentos nocivos, organismos transgénicos y armas cada vez más complejas que amenazan nuestra existencia en el planeta. Como parte de ese modelo extractivista, los grandes consorcios de la industria farmacéutica y de alimentos explotan con mayor brutalidad los recursos genéticos, pues para ellos la biodiversidad no es más que un jugoso banco de materias primas.

Tampoco podemos obviar que dentro de esta ciencia corporativa existe un sector dócil, obediente y de valores metalizados que actúa como cómplice o vulgar instrumento de las transnacionales y los gobiernos, cuyos propósitos centrales son detentar el control social y obtener mayores ganancias en el menor tiempo posible, al precio que sea.

En síntesis, la ciencia que nos enseñaron y cuya visión sigue dominando las universidades y los centros de investigación se debate en la actualidad en una profunda crisis, convertida en un conjunto desmembrado de conocimientos cada vez más especializados, fragmentados y descontextualizados, incapaz de integrar en un solo paradigma epistemológico a las ciencias naturales, a las ciencias sociales y a las humanidades. Una ciencia que, a pesar de innegables avances en diversos campos del conocimiento y la tecnología, al quedar secuestrada por una concepción economicista, paralelamente se ha transformado en la mayor amenaza a la viabilidad del equilibrio ecológico a escala mundial.

Con frecuencia hemos sido testigos de cómo quienes se han formado y especializado a muy alto nivel en el quehacer científico

para generar conocimientos que deben ser de uso social y público, han sido cooptados por los intereses comerciales de las empresas y las corporaciones.

A escala mundial nos indignó, por ejemplo, enterarnos del caso de las patentes de Myriad Genetics, empresa de diagnóstico molecular y genómico: allá por la década de los noventa, diversos grupos de investigadores trataban de hallar las mutaciones genéticas de dos genes responsables del cáncer de mama y de ovario; el equipo de la Universidad de Utah, Estados Unidos, encabezado por Mark Skolnick, fue el primero en identificar los genes y de inmediato los patentó para Myriad, que era de su propiedad. Con ello la empresa monopolizó el mercado de las pruebas genéticas para detectar esas mutaciones específicas, a pesar de que ese descubrimiento se había financiado con dinero de una institución pública.

Si bien varios investigadores de distintos países apelaron a la excepción que opera para la investigación sin fines de lucro, vigente en la mayoría de sus centros de trabajo, la legislación estadounidense los obligó a obtener la licencia del titular para replicar los genes. El estudio de estos genes se vio obstaculizado por las patentes que monopolizaron el mercado cerca de dos décadas, hasta que en 2013 la Suprema Corte de Estados Unidos declaró que no se podían patentar los genes inherentes al hombre.

Para sorpresa nuestra, la propia ciencia ha llegado a comprobar que la cantidad de fraudes científicos son más numerosos de lo que cabría suponer, como lo demuestra el artículo “¿Cuántos científicos fabrican y falsifican la investigación? Una revisión sistemática y metanálisis de datos de encuestas”.

El autor estudió diversas encuestas que preguntaron a los científicos si han fabricado o falsificado datos, o incurrido en otras malas prácticas en la investigación, o bien conocen a un investigador en estos supuestos; para su investigación, tomó como muestra 21 encuestas que se incluyeron en la revisión sistemática y 18 en el metanálisis –que es una metodología para combinar y sintetizar los resultados de múltiples estudios sobre un mismo fenómeno, a fin de aumentar el poder estadístico de sus conclusiones.

Los resultados son muy reveladores: si bien sólo 2% de científicos confesó que al menos una vez había hecho trampa porque

fabricó, falsificó o modificó datos o resultados, casi 34% de ellos reconoció haber resbalado en otras prácticas de investigación cuestionables, aunque menos graves, concluyó Fanelli, investigador del Instituto para el Estudio de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación de la Universidad de Edimburgo.

No obstante, todos sabemos que los seres humanos no somos un dechado en lo que se refiere a la autocrítica, y que somos dados a ver la paja en el ojo ajeno y no la viga en el nuestro. De este modo, lo que sólo dos de cada cien vieron en sí mismos en las encuestas, al opinar sobre la honestidad de los colegas respecto a la falsificación aumentó a más de 14% y se elevó hasta 72% para otras prácticas de investigación cuestionables. Peor aún, de acuerdo con el estudio citado, es probable que las cifras de estas malas prácticas de los científicos sean mayores en la realidad, en vista de que se trata de encuestas que formulan preguntas incómodas y que ante acciones calificadas como "falsificación" o "fabricación" de datos no es sencillo ponerse el saco.

Ante tales resultados, no nos queda más remedio que aceptar que debemos decirle adiós a la imagen idílica de los científicos, pues aunque ciertamente no todos, al menos buena parte de ellos, muchos más de los que suponíamos ingenuamente, hacen fraudes de distinto tipo: desde la invención de datos o casos (la fabricación), a la distorsión intencional de datos o resultados (la falsificación) y la copia de ideas, datos o palabras sin dar crédito (el plagio), que se distingue de los anteriores porque no altera el conocimiento científico; por ello no nos ocuparemos de este último.

A todas luces, la fabricación de datos es un fraude científico muy burdo. Va un botón de muestra: en 2000, los editores del *British Medical Journal* rechazaron un artículo del prestigiado doctor Ranjit Chandra, de la Universidad Memorial en Terranova, porque sospecharon que había falsificado sus resultados. Las dudas fueron confirmadas poco años después, cuando una de sus asistentes de investigación negó que lo hubiera ayudado a llevar a cabo varios de sus estudios publicados, que financió Nestlé para demostrar que la fórmula Good Start de la empresa reducía la incidencia de alergias en los niños. Así fue como se supo, según documentaron Samuel Karchmer y Laura Romina Carpio, que los

resultados de Chandra eran falsos porque ni siquiera había realizado dichos estudios.

Falsificar o meter mano sucia en los resultados es más complejo porque existen diversas formas de alterarlos, desde algunas sumamente sutiles e incluso inconscientes para el propio investigador, hasta otras truculentas como presentar observaciones comunes de tal modo que parezca información rigurosa y de un alto grado de precisión. Otra posibilidad es “extraer” datos para sugerir una relación estadísticamente significativa, que luego se expone como el objetivo original del estudio; y una más consiste en darlo a conocer sólo en el supuesto de que los resultados sean favorables a quien financia el estudio, por mencionar algunos otros recursos además de los de falsificación.

Al respecto, los citados Karchmer y Carpio en su artículo “¿Existe el fraude en medicina?” cuentan el caso del primer científico de la historia de Estados Unidos en pisar la cárcel por falsificar datos en una solicitud de beca. Eric Poehlman, reconocido internacionalmente en el campo de los cambios metabólicos derivados del envejecimiento y la menopausia, autor de más de 200 artículos sobre investigación en genética de la obesidad y el impacto del ejercicio, fue sentenciado en 2006 a un año y un día de cárcel tras admitir dos fraudes científicos: no sólo haber usado datos falsos en 17 solicitudes de becas de investigación financiadas por los Institutos Nacionales de Salud de Estados Unidos, sino también manipulado e inventado los resultados de cuando menos diez trabajos publicados en revistas científicas entre 1992 y 2000.

¿Fraude científico, sesgo, simple descuido? Cualesquiera que sean estas trampas son “prácticas de investigación cuestionables”, como las llamaron los autores citados. Sin duda cabe la posibilidad de que surjan errores involuntarios e inconscientes, fallas inocentes, negligencia científica o deficiencias en el diseño o la interpretación de una investigación que no son fruto de la deshonestidad; incluso, en algún momento hay espacio para la ingenuidad. Todos estos casos no son producto de un comportamiento científico éticamente sucio. Más allá, lo más condenable para cualquiera es cuando esa mala conducta tiene en la mira la intención de engañar, de confundir, con frecuencia para obtener un beneficio, sin importar si alguien

sale perjudicado. Y la verdad, no siempre es fácil diferenciar el error involuntario del sesgo premeditado.

No hay que confundir este tipo de fraudes científicos con los que pueden englobarse bajo el término de pseudociencias, que en realidad no tienen bases científicas ni pueden demostrarse científicamente, pero abusan de la credulidad y la superstición de la gente. Lo cual no quita que los otros fraudes también sean un vehículo para abusar de la credulidad e ingenuidad de las personas.

¿NUTRIR LA INVESTIGACIÓN?

¿Cómo han penetrado los intereses de la industria alimentaria en el campo de la nutrición y la salud? Desde principios del siglo XX y hasta antes de 1950 –época en la cual se descubrieron las vitaminas y minerales, en qué alimentos estaban presentes y de qué manera beneficiaban nuestra salud–, resultaba natural el vínculo entre la investigación científica y la naciente industria de alimentos y bebidas. Incluso, varias empresas estadounidenses y europeas crearon sus propios centros de investigación al concluir la Segunda Guerra Mundial, donde invirtieron en investigaciones básicas y para el desarrollo de productos.

El empuje del neoliberalismo provocó un brusco giro a partir de mediados de los ochenta, cuando los inversionistas presionaron a los corporativos a incrementar el monto y la velocidad de las utilidades. En vista de que debían concentrar sus energías en los objetivos comerciales, ¿para qué requerían las empresas de instalaciones propias de investigación, si podían pagar a especialistas a fin de desarrollar dentro de las universidades los estudios necesarios? Ello implicaba generar investigación encaminada a resaltar las virtudes de sus productos y, fundamentalmente, a contrarrestar los indicios que sugerían sus efectos dañinos.

Sin embargo, a diferencia de la industria farmacéutica, realizar investigación en nutrición no sólo resulta más complejo por todas las dimensiones que abarca la alimentación, sino también porque es más posible que ocurran sesgos en el diseño y la interpretación de los resultados.

Esta misma complejidad implica también, como explica la doctora Marion Nestle, profesora Paulette Goddard de Nutrición, Estudios de Alimentación y Salud Pública en la Universidad de Nueva York, que “los efectos del financiamiento de la industria sean más difíciles de investigar” y más complicados de interpretar. Sin embargo, se ha convertido en una experta en documentar casos en diferentes sectores de la industria de alimentos y bebidas.

Ha dado cuenta, por ejemplo, del modo en que la industria de la carne impulsa investigación dirigida a neutralizar las evidencias de que la carne de res, cerdo y cordero, al igual que las carnes procesadas, aumentan el riesgo de padecer cáncer o enfermedades del corazón. Se ha esforzado, por ejemplo, en anular las consecuencias que tuvieron las recomendaciones emitidas en 2015 por la Organización Mundial de la Salud (OMS) –al igual que investigaciones posteriores emprendidas por científicos financiados de modo independiente– para limitar el consumo de carne, luego de que este organismo de la ONU clasificara las carnes rojas como “probablemente carcinógenas” y las carnes procesadas como “inequívocamente cancerígenas”.

Asimismo, procuró desmentir a especialistas de la Asociación Americana del Corazón que observaron la reducción de riesgo de enfermedades del corazón, cuando se sustituyen en la dieta las grasas saturadas por grasas no saturadas.

La industria de la carne no se quedó de brazos cruzados. Lo primero que hizo fue arrojar dudas sobre las bases científicas de los estudios de la OMS. Una asociación de ganaderos de carne de res esgrimió: “La evidencia científica disponible simplemente no respalda una relación causal entre la carne roja o procesada y cualquier tipo de cáncer”. Entre otros, presentó estudios financiados que no hallaron una asociación entre la carne roja o las carnes procesadas y el cáncer de próstata (que en general, curiosamente, no se vincula a la carne).

Otros estudios patrocinados por la industria concluyeron que comer más carne roja de lo recomendado no tenía repercusión alguna en los niveles de colesterol en la sangre.

De ahí a destacar la carne como alimento saludable hay únicamente un paso, y ésa parece ser una nueva táctica. Basta con

echarle un ojo al estudio del Instituto Norteamericano de la Carne, cuyas conclusiones dicen que al comer carnes procesadas en el almuerzo los niños tienen dietas más saludables. Por su parte, la Asociación Nacional de Ganado Vacuno de Estados Unidos buscaba en 2018 proyectos de investigación "para demostrar que la carne de res mejora la función física, apoya la salud del corazón, reduce la inflamación y preserva la función cognitiva en los ancianos".

¿A quién creerle, nos reta Marion Nestle? ¿A la ciencia financiada por la industria de la carne, que "sostiene que la carne es nutritiva, necesaria y segura"? ¿O a "los científicos financiados de forma independiente [que] aconsejan comer menos carne"?

Echemos ahora una mirada a la industria del huevo, que no canta mal las rancheras. En 2015, el Comité Asesor de Pautas Alimentarias de Estados Unidos (DGAC) dejó de recomendar que se limitara el consumo de colesterol a 300 miligramos por día, con el fin de reducir riesgos cardiovasculares, argumentando que la evidencia disponible no mostraba una clara relación entre el consumo de colesterol en la dieta y el colesterol sérico.

Dado que los huevos son la mayor fuente de colesterol en la dieta, con alrededor de 200 miligramos por huevo, ¿quiénes podrían haber aconsejado al DGAC para que convenciera a los estadounidenses de dejar de preocuparse por limitar el colesterol?

El Comité de Médicos por una Medicina Responsable de ese país denunció que atrás de esa decisión estuvo la industria del huevo y su Egg Nutrition Center, su brazo de educación e investigación, que financió un estudio para cuestionar la relación entre los huevos y los altos niveles de colesterol en la sangre. De hecho, ese centro de nutrición ya ha anudado lazos financieros con investigadores y universidades para realizar estudios dirigidos a presentar una imagen saludable de este alimento.

Abundan los trabajos encargados por la industria de alimentos y bebidas, incluso en productos considerados saludables. Por ejemplo, con tal de persuadirnos de que los probióticos del yogurt previenen múltiples enfermedades, aparte de mejorar la digestión, las empresas fabricantes patrocinan investigaciones diseñadas para convencernos de comer más yogurt. Todos esos argumentos "científicos" no pasan de ser pretextos mercadotécnicos.

Entonces, este fenómeno se observa no sólo en los comestibles dañinos, urgidos del auxilio de mercadólogos que los salven del castigo de los consumidores, sino inclusive en alimentos sin procesar o mínimamente procesados. Marion Nestle nos interpela directamente:

¿Por qué, se preguntarán, los productores de alimentos como los arándanos, las peras, los aguacates o las nueces financiarían investigaciones destinadas a demostrar que estos alimentos en particular, en lugar de frutas, vegetales o nueces en general, tienen beneficios especiales para la salud? Comercialización, por supuesto. Todo productor de alimentos quiere expandir las ventas. Venta de declaraciones de propiedades saludables.

De acuerdo, en principio qué tendría de malo promover el consumo de alimentos saludables, sea a través de investigaciones o de anuncios publicitarios. Al contrario. El problema de fondo es que “muchos estudios financiados por la industria son engañosos –advierte Marion Nestle–. Este tipo de investigación está diseñada para producir resultados que implican que las personas que comen este alimento serán más saludables y podrán olvidarse de todo lo demás en sus dietas”.

Sería incorrecto afirmar que la industria influye en los estudios que financia y todos ellos son de dudosa calidad científica. Más aún, su calidad en general no se pone a discusión. “La mayoría de los sesgos –explica Marion Nestle– aparecen en la pregunta de investigación (comparando queso y mantequilla) o en la interpretación (interpretando un resultado neutral como positivo)”.

No obstante, los casos más perturbadores los podemos observar en la industria de las bebidas azucaradas y los comestibles ultraprocesados. Uno de los más vergonzosos fue el protagonizado por Coca-Cola que ventiló el *New York Times*, al intentar manipular la ciencia de la nutrición. Éste es justamente el tipo de conflictos de intereses que nos ocupa y al que volveremos repetidamente, por sobrados motivos.

En 2015, tanto la OMS como las pautas dietéticas estadounidenses recomendaron consumir no más de 10% de las calorías

de los azúcares agregados. Para alcanzar ese límite basta consumir al día unos 50 gramos de azúcares, equivalentes a las doce cucharaditas contenidas en un refresco de 473 mililitros.

Como un resorte, saltó la Asociación del Azúcar de Estados Unidos para descalificar ese límite, por basarse en "pruebas científicas de baja calidad". ¿Y cuáles fueron las evidencias científicas de "alta calidad" que presentó como contraargumento? Un estudio patrocinado por el International Life Sciences Institute (ILSI) –una organización supuestamente de la sociedad civil, pero en realidad fundada por altos directivos de Coca-Cola–, que concluyó: "Las directrices sobre el azúcar en la dieta no cumplen con los criterios para las recomendaciones de confianza y se basan en evidencia de baja calidad".

El estudio se publicó en los *Anales de Medicina Interna*, que intentó lavar su decisión de incluirlo en ella al encargar un editorial a dos investigadores de la Universidad de California en San Francisco, partidarios de reducir el azúcar, que hicieron pedazos todos los argumentos de esa investigación y cuestionaron a la revista:

En lo que respecta a los azúcares agregados, existen claros conflictos entre los intereses de salud pública y los intereses de la industria de alimentos y bebidas [...] Las revistas de alta calidad podrían abstenerse de publicar estudios sobre los efectos en la salud de los azúcares agregados financiados por entidades con intereses comerciales en el resultado.

Para cerrar con broche, no precisamente de oro sino de ignominia, en nuestro país está el caso de académicos de las universidades Iberoamericana y del Valle de México vinculados a la industria, que dos meses antes de que las refresqueras lanzaran su iniciativa de reducir el impuesto a los refrescos, para reforzarla organizaron el foro "Evidencia actual en edulcorantes y salud", al que invitaron a expertos financiados por las refresqueras para presentar estudios que negaban la relación de la diabetes y la obesidad con las bebidas endulzadas.

El foro fue patrocinado por ILSI de México –fundado en 1991 como una de las sedes de este instituto, en el que varios

de sus miembros están asociados con gigantes de la industria alimentaria- y resultó un cabildeo tan descaradamente obvio que el ILSI cerró su sede en México, argumentando falta de ética al tratar de influenciar las políticas nacionales.

Como empezamos a ver, el financiamiento a investigaciones es una pronunciada pendiente que conduce con frecuencia al conflicto de intereses, y la ciencia de la nutrición se ha convertido en un campo especialmente fértil para que éstos proliferen.

La industria de bebidas y alimentos ha proporcionado a instituciones públicas educativas y de salud los ingredientes necesarios para cocinar un buen caldo de conflictos de intereses, fundamentalmente en el ámbito de la investigación, aprovechándose del cada vez más exiguo financiamiento por parte del Estado a investigaciones, sobre todo a las de tipo cualitativo.

Si el conflicto de interés es un tema espinoso, adquiere todavía mayor complejidad en contextos donde hay recursos insuficientes, pues los investigadores se ven entre la espada y la pared cuando quieren realizar un estudio. Ello pudimos apreciarlo con nitidez en la historia que nos platicó la doctora Florence Théodore, investigadora del Centro de Investigación en Nutrición y Salud del Instituto Nacional de Salud Pública (INSP):

—En el INSP, conforme pasaron los años empezamos a tener conciencia acerca de los conflictos de intereses; sin embargo es bien difícil porque el instituto recibe fondos mínimos. Cuando queremos hacer investigación debemos buscarlos y nos la pasamos haciendo propuestas y entrando a convocatorias para obtenerlos. Hace unos años, justamente cuando yo empezaba a trabajar los temas de regulación de la publicidad para niños, Danone contrató al instituto para evaluar un programa de talleres sobre actividad física y cursos de alimentación con base en sus productos, que impartía en escuelas ubicadas en barrios *difíciles*. Querían que a partir de la evaluación generáramos recomendaciones, a fin de que ellos pudieran mejorar su programa. Al principio me negué a participar: “Es un caballo de Troya”, dije.

Pero luego Florence Théodore empezó a mirar a su alrededor y vio cuál era la realidad de sus compañeros:

—Ellos no tenían una plaza, a diferencia de mí. ¿Cómo sobrevivían? Además, yo tampoco tenía ya computadora para trabajar. ¿Cuáles eran las alternativas en ese momento? Por ello, le entré al proyecto para favorecer a mis compañeros y así pagar el trabajo de los colegas contratados por honorarios, y de paso poder acceder a una computadora. Yo era la única que lo planteaba como conflicto de interés, y a pesar de eso le entré. Sólo pedí que omitieran mi nombre en el proyecto, pero apoyé de manera muy puntual la organización de los grupos focales, aunque en el análisis ya no participé, ahí me retiré. Sin mi trabajo quizás no se habría podido aceptar el proyecto. Son situaciones muy difíciles en un contexto de pobreza institucional horrenda, donde puedes identificar al caballo de Troya y aun así, muy a tu pesar, te ves empujada a participar en él.

¿Habrán algunos de nuestros lectores a quienes, después de todo lo dicho, todavía les cueste trabajo admitir que hay investigadores que incurren deliberadamente en trampas de cualquier tipo para favorecer intereses comerciales y otros, muy a su pesar, como en el caso de Florence Théodore, se ven orillados a entrar en conflictos de intereses? En todo caso, seguramente existen unos cuantos, la excepción a la regla.

Nos parece que Rosa Sancho, de la Fundación para el Conocimiento, de Madrid, sintetiza muy bien lo que está en el fondo del fraude científico y del conflicto de interés: “La ciencia se parece cada vez más a un negocio, por lo que el dinero tiene una gran influencia en el comportamiento científico, lo que puede haber propiciado la desviación del valor tradicional de la ciencia que es la búsqueda desinteresada de la verdad”.

Tiene la boca llena de razón porque, si lo pensamos bien, el dinero siempre está detrás de la feroz competencia que impera en el mundo académico en busca de fondos, becas o subvenciones, donde los recursos públicos y los salarios universitarios tienden a ser cada vez más raquíticos, mientras los privados son cada vez más tentadores y apetitosos, donde llegar o mantenerse en una posición o en el Sistema Nacional de Investigadores implica una fuerte presión para publicar tanto como sea posible, con la mayor excelencia, sin olvidar el hambre personal de reconocimiento para catapultar la carrera profesional y escalar posiciones sin importar nada ni nadie.

ALIMENTACIÓN: CONTROVERSIAS TECNOCIENTÍFICAS

La influencia del dinero como telón de fondo en el campo de la ciencia y la tecnología se expresa nítidamente en temas como cambio climático, energía nuclear, contaminación de distinto tipo, plaguicidas, alimentos transgénicos, nuevos fármacos, clonación, células madre, bebidas con azúcares agregados, edulcorantes... Los nuestros son tiempos de abundantes temas que se convierten en controversias tecnocientíficas, pero lo cierto es que por lo menos desde Galileo y Darwin, de cuando en cuando surgen asuntos que trascienden los estrechos márgenes del cubículo y el laboratorio e irrumpen en la plaza pública, e incluso se convierten en acalorados debates legislativos, en los medios informativos, las redes sociales y las agendas gubernamentales.

¿Qué tienen en común todos estos temas en apariencia tan distintos? Que muchos de los que se relacionan con las aplicaciones tecnológicas e industriales del conocimiento surgen y se desarrollan sin considerar sus consecuencias negativas. Por lo tanto, llega el momento –el conocido y ya desgastado a fuerza de su uso reiterativo “disculpe usted, no habíamos previsto que esto pasaría”– en que es necesario regularlo a través de políticas públicas, y ahí es cuando empieza el estira y afloja, la controversia.

Más allá de la ciencia que se cocina en los laboratorios y centros de investigación, en este escenario hacen su aparición desde distintas trincheras una serie de expertos y especialistas con origen diverso que procuran figurar en el debate público, con distintos medios y recursos a su alcance.

Ya vimos que ni la ciencia ni los científicos pueden en realidad presumir de una total objetividad y neutralidad, pero concediendo que algunos se acercan a estos ideales más que otros, para saber a qué le tiramos lo más sano es preguntarnos si eso que Eduard Aibar llama *ciencia regulativa* permite aproximarse al ideal de objetividad y neutralidad, que ingenuamente se atribuye a la *ciencia normal*.

Hace unos años revisamos por primera vez un texto publicado en 2002 de este especialista en estudios de ciencia y tecnología de la Universitat Oberta de Catalunya. Hoy volvemos a

“Controversias tecnocientíficas públicas: la pericia no es siempre suficiente”, pero lo vemos con una mirada distinta, más crítica, a través de cuyo lente nos parece cuestionable desde el mismo adjetivo de “normal” con que califica a la ciencia que no tiene que ver con regulaciones, aunque entendemos a qué se refería Aibar.

Detengámonos en las tres características fundamentales de la ciencia regulativa que describe:

1. Al margen de las evidencias científicas independientes y libres de conflictos de intereses a las que se apele para fundamentar una posición respecto a la controversia, el objetivo de los resultados de la ciencia regulativa es promover (o bien limitar, retrasar o impedir, según la trinchera en que se encuentre, podemos agregar a lo dicho por Aibar) acciones políticas o normativas.
2. Sus resultados no son objeto de los controles de calidad propios de la ciencia normal, como la revisión entre pares a la que se someten todos los artículos en las revistas científicas de prestigio (además de que este mecanismo tampoco garantiza por completo la validez de los resultados, como vimos al abordar el asunto del fraude científico, Aibar generaliza indebidamente porque en buena parte de los debates hay quienes no pasan por dichos controles, pero otros sí publican sus resultados en revistas que exigen la revisión por pares), y
3. Mientras que en los centros de investigación la incertidumbre es el menú del diario –incluso un ingrediente consustancial del propio trabajo científico que avanza gracias a hipótesis que pueden o no ser comprobadas–, la ciencia que se produce en el marco de las regulaciones “se desarrolla en un contexto –a menudo judicial, político o prelegislativo– que hace poco soportable y admisible la incertidumbre”, como explica Eduard Aibar.

Este último aspecto es crucial para entender lo que ocurre en el camino que debe recorrer la formulación de una regulación para concretar una política pública en el campo de la alimentación y la salud. En vista de todo lo que puede estar en juego en el terreno

social y económico como resultado de alguna medida, la generación de las evidencias científicas que se presentan en un proceso está sometida, dice Aibar, a “una considerable presión para *encubrir* o *minimizar* los aspectos de los informes o dictámenes que están sujetos a una mayor indeterminación”.

Eso es cierto, pero él sólo ve una cara de la moneda. En la otra cara es posible advertir también una enorme presión para *evidenciar* y *magnificar* los ángulos sujetos a una mayor incertidumbre.

Entremos al debate. Veamos las posturas ante la duda y evidencias de los académicos y de la industria. Pensamos que ante un tema polémico en el que hay duda es posible distinguir varias posiciones, normalmente algunas de ellas más cercanas entre sí: la de los consumidores o usuarios afectados, la de los académicos, la de los reguladores, la de organizaciones ciudadanas y la de la industria.

Por ende, coincidimos con Aibar en que en las controversias científicas, específicamente en el campo de las regulaciones relacionadas con la alimentación, encontramos a “científicos en los diversos bandos de la confrontación y no sólo en uno”, pues suelen recurrir a ellos no únicamente los organismos gubernamentales o las empresas, sino también las organizaciones de la sociedad civil.

En entrevista, la doctora Martha Kaufer, una de las nutriólogas más reconocidas en México, concuerda con Aibar en que lo propio de la investigación científica es el debate, en la que la duda es el combustible para la argumentación y la contraargumentación; en consecuencia, para los académicos –al igual que para los reguladores– ante la duda lo mejor es ser cautos.

En cambio, la postura de la industria ante la duda es “podemos seguir adelante porque no hay una comprobación de que esto haga daño pues, de hecho, es muy difícil encontrar en un tema algo que sea totalmente comprobable. Por eso elige la evidencia que conviene para confundir y sembrar la duda”.

Como epidemióloga, Kaufer agrega que la estrategia para desacreditar muchas de las investigaciones presentadas por los reguladores justamente consiste en descartar cuando conviene toda evidencia epidemiológica, porque la epidemiología puede indicar que un fármaco o un alimento está asociado con una enfermedad, pero no permite probar que es la causa. Esto mismo sucedió, como

ahondaremos más adelante, con los estudios epidemiológicos sobre el tabaco, pues únicamente podían indicar asociaciones epidemiológicas, y ocurre también en el campo de los alimentos, en el que intervienen tantos factores.

Por ejemplo, los epidemiólogos no pueden afirmar de modo categórico que la exposición química a determinada sustancia contaminante haya causado sin lugar a dudas el cáncer de un paciente específico. Lo más que puede hacer la epidemiología es establecer la asociación o probabilidad de que así haya ocurrido.

Sin embargo, lo más interesante y a lo que deseamos llegar es que cuando se cuestionan y desacreditan las evidencias epidemiológicas, se siembra la duda y "siempre hay quien la capitaliza", como apunta Martha Kaufer. Agrega que en el reciente proceso para elaborar la norma del etiquetado, durante la consulta pública vio anunciadas en internet a "empresas que ofrecían sus servicios a la industria [alimentaria] para emitir comentarios sobre los productos que obviamente le conviene a la industria. De hecho se recibieron muchísimos comentarios".

En este tenor también podemos ubicar la carta que Nestlé envió a sus proveedores el pasado 13 de noviembre de 2019 para solicitarles su participación contra la nueva norma 051, en la consulta pública del etiquetado de alimentos, a fin de "evitar la destrucción de estas fuentes de empleo en momentos en que el panorama de la economía es desafiante".

Kaufer esperaba que no se venciera el plazo reglamentario para realizar el análisis de una consulta pública y dar a conocer los resultados, pues recordó que eso había sucedido años antes y debió repetirse el proceso. "Las técnicas dilatorias siempre benefician a alguien", reflexiona. Por supuesto, el objetivo de ese *alguien* siempre es posponer (si es posible hasta el infinito) las regulaciones, ganar todo el tiempo que se pueda.

Desde luego que para ello se valen de empresas superespecializadas. En algunas partes esto ha adquirido proporciones dignas de una novela negra. En *La duda es su producto. Cómo el asalto de la industria a la ciencia amenaza su salud*, David Michaels se refiere a fuertes firmas de defensa de productos que ofrecen, entre otros servicios especializados, epidemiólogos que encuentran el modo de

exonerar la sustancia química, la toxina o el producto en controversia, a través del reanálisis de los datos en bruto que otro investigó. Nada se deja al azar:

Los estudios están cuidadosamente diseñados para hacer precisamente esto. Las diferencias estadísticamente significativas desaparecen; se reducen las estimaciones de riesgo. Tal alquimia se logra con bastante astucia, mientras que lo opuesto, convertir la insignificancia en significado, es extremadamente difícil.

En vista de la gran incertidumbre de los resultados tanto de los estudios epidemiológicos como de los de laboratorio, cuando se trata de proponer regulaciones para proteger la salud de los consumidores, a los científicos no les queda más remedio que inferir las causas probables de las evidencias disponibles.

Mas, a pesar de que en cualquier debate científico sobre la salud humana, inevitablemente surgen estudios que arrojan conclusiones inconsistentes o incluso contradictorias, como sostiene Michaels en el libro citado, en muchos temas de interés de salud pública se sabe lo suficiente como para actuar de inmediato, sin demora, a fin de proteger a las personas:

[...] pero sólo con el reconocimiento de que podemos estar sobre-regulando un tema determinado [...] En la ciencia de la salud pública, la certeza absoluta rara vez es una opción porque las preguntas que formula nuestro sistema regulador sólo pueden responderse de manera imperfecta en la mayoría de los casos.

Sin embargo, a fin de cuentas es necesario decidirnos: ¿estamos hablando de la salud y la vida de personas, como ustedes y como nosotros, o de ganancias y crecimiento económico?

La verdad, no podemos avanzar ni un centímetro en la lucha por enfrentar con efectividad y resultados la epidemia de obesidad, sobrepeso y enfermedades no transmisibles, si a cada medida regulatoria que se propone se le exigen pruebas absolutas antes de actuar. “La mejor evidencia disponible debe ser suficiente”, recomienda Michaels.

En sus oficinas, el epidemiólogo Ruy López Ridaura nos confirma que “el sembrar la duda y por lo tanto la ignorancia adecuada es una estrategia”. Además, las decisiones se toman en un contexto donde “existen académicos que son auténticos mercaderes de la duda, quienes por desgracia utilizan la que surge sobre la evidencia poblacional y epidemiológica, la cual no es un reflejo fiel de lo que pasa en la vida real en las poblaciones. Su función es argumentar que la evidencia científica no es suficiente o que no es contundente, y así apoyar cosas que claramente tienen un impacto negativo en la salud”.

La gente a veces cree que la ciencia es una fuente de verdades absolutas, precisa el director general del Centro Nacional de Programas Preventivos y Control de Enfermedades (Cenaprece), pero está equivocada porque el conocimiento “va cambiando en el tiempo, va cambiando en geografías, en espacios, y lo que es hoy verdad no necesariamente lo va a ser mañana”. También se piensa que “la evidencia científica es lo suficientemente contundente como para ser casi una verdad absoluta, y tampoco eso es cierto”. Lo anterior es especialmente válido en el campo de la salud, en el que efectivamente es muy difícil realizar investigación poblacional y epidemiológica que ofrezca evidencia contundente.

Y ese es nuestro principal punto de desacuerdo con Aibar, quien considera que resulta claramente inoperante “la estrategia analítica de averiguar cuál de las posiciones que se enfrentan en una controversia tecnocientífica tiene el apoyo de la evidencia científica disponible”.

En contraste, para nosotros no es que surja “un panorama de disensión dentro de la misma comunidad científica relevante”, como Aibar supone. Tampoco es que sean “algunos de los científicos involucrados los que ven riesgos donde otros sólo perciben consecuencias seguras –y, en algunos casos, ante la misma evidencia empírica”, como afirma esquemáticamente Aibar. Porque hay de controversias a controversias; las hay legítimas, pero también es posible crearlas.

La realidad es más compleja, creemos nosotros. No es sencillamente que “Los expertos han dejado de ser simples asesores o consultores ‘neutrales’ para convertirse en *participantes activos* en

las controversias”, según sostiene el investigador de la Universidad de Oberta. Si no basta el conocimiento experto, es porque al tratarse de regulaciones se entra en el terreno de la política.

En el fondo, lo que pasa es que con lamentable frecuencia la pérdida de tal “neutralidad” no es casual ni nada por el estilo, no. Es en esa encrucijada donde con frecuencia se secuestran la objetividad, la libertad de investigación y la independencia de criterio y de juicio, donde aparece el sesgo. El callejón oscuro en el que suele hacer acto de presencia el conflicto de intereses.

Fuentes consultadas

- Ziman, John (2005). La ciencia y la sociedad civil. *Ciencias* núm. 78, abril-junio, pp. 4-13. Disponible en: www.revistacienciasunam.com/es/busqueda/autor/75-revistas/revistaciencias-78/591-la-ciencia-y-la-sociedad-civil.html, consultado enero, 2020.
- Proctor, Robert N., et al. (2008). *Agnatology : the making and unmaking of ignorance*. Robert N. Proctor y Londa Schiebinger (eds.). Stanford, California: Stanford University Press.
- Proctor, Robert N. (2011). *Golden Holocaust: Origins of the Cigarette Catastrophe and the Case for Abolition*. Berkeley y Los Ángeles, California. University of California Press.
- Bernal, John D. (1986). *La ciencia en la historia*. México: UNAM-Ed. Nueva Imagen.
- Koepsell, David R., y Ruiz de Chávez, Manuel H. (2015). *Ética de la investigación, integridad científica* (1ª edición). México: Comisión Nacional de Bioética/Secretaría de Salud, Conacyt. Disponible en: www.conbioetica-mexico.salud.gob.mx/descargas/pdf/Libro_Etica_de_la_Investigacion_gratuito.pdf, consultado 20-01-2020.
- Calvillo Alejandro, y Székely, Ágata. (2018). *La trama oculta de la epidemia: obesidad, industria alimentaria y conflicto de intereses*. El Poder del Consumidor. Disponible en: <https://elpoderdelconsumidor.org/wp-content/uploads/2018/02/la-trama-oculta-d-la-epidemia-obesidad-2018.pdf>, consultado enero, 2020.
- Fanelli, D. (2009). How Many Scientists Fabricate and Falsify Research? A Systematic Review and Meta-Analysis of Survey Data. *PLoS ONE* 4(5): e5738 . Disponible en: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0005738>, consultado enero, 2020.
- Karchmer, Samuel, y Carpio, Laura Romina. (2017, ene.-feb.). “¿Existe el fraude en medicina?”, *Acta Médica* 15, no.1. Grupo Ángeles México. Disponible en: www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-72032017000100070, consultado 17-02-2020.
- O'Connor, Anahad. (2016, 14 de septiembre). “Cómo la industria del azúcar manipuló la ciencia de la nutrición”. *New York Times*. Disponible en: www.nytimes.com/es/2016/09/14/espanol/como-la-industria-del-azucar-logro-manipular-la-ciencia-de-la-nutricion.html, consultado enero, 2020.
- Sancho, Rosa. (2004, 27 de mayo). Fraude científico. Madrid: Fundación para el conocimiento. Disponible en: www.madrimasd.org/cienciaysociedad/debates-actualidad/historico/default.asp?ifdforo=GloballDI-15, consultado enero, 2020.

- Aibar, Eduard. (2002, abril). Controversias tecnocientíficas públicas: la pericia no es siempre suficiente. Disponible en: <https://docplayer.es/89892004-Controversias-tecnocientificas-publicas-la-pericia-no-es-siempre-suficiente.html>, consultado enero, 2020.
- Nestlé, carta enviada a sus proveedores. (2019, 13 de noviembre). El Poder del Consumidor. Disponible en: https://twitter.com/elpoderdelc/status/1197330188369039360?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1197330188369039360&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.debate.com.mx%2Fpolitica%2FNes, consultado 2020.
- Michaels, David. (2008). *Doubt is their product: How Industry's Assault on Science Threatens Your Health*. Nueva York: Oxford University Press.
- Emiliano Cassani. (2018, 4 de febrero). Complicado panorama presupuestal para la ciencia en México. Ciencia UNAM-DGDC. Disponible en: <http://ciencia.unam.mx/leer/705/complicado-panorama-presupuestal-para-la-ciencia-en-mexico>, consultado 30 de mayo, 2020.

INVENTANDO “EVIDENCIAS” CORPORATIVAS

DESENTAÑANDO EL CONFLICTO

Las mentiras tienen fecha de caducidad. Tarde o temprano se descubren y algunas veces generan gran resonancia, como el escándalo que protagonizó la refresquera más importante a escala internacional cuando se revelaron sus prácticas sombrías, esparcidas por todo el mundo, para seguir incrementando sus ganancias, y quedaron a la vista las entrañas de los conflictos de intereses que han obstaculizado las políticas de salud pública.

Todo se desencadenó en agosto de 2015, a partir de que un reportero del *New York Times*, Anahad O'Connor, publicó en primera plana un reportaje sobre el financiamiento de Coca-Cola a investigadores universitarios, que integraban la llamada Red Global de Balance de Energía (Global Energy Balance Network, GEBN), cuya misión consistía en convencer a la opinión pública de que la actividad física era más importante que la dieta para controlar el peso.

Un hito trascendental que, tras evidenciar su sistema de funcionamiento y exhibir el entramado de

los conflictos de interés, obligó a esta corporación de bebidas a transparentar el destino de sus fondos en la investigación sobre salud y nutrición.

Para colocar en su justa dimensión este hecho, echémosle un rápido vistazo al contexto: durante la primera década de este siglo, Estados Unidos reconoció a la obesidad como un problema de salud pública. Los investigadores exploraron sus causas y comenzaron a examinar el vínculo entre el incremento de peso y los refrescos, dado su nulo valor nutricional y su exceso de azúcar. Como primeras medidas, proponían excluir las bebidas azucaradas de las escuelas, restringir su publicidad e imponerles un impuesto.

A fin de sortear esas medidas y neutralizar las evidencias, Coca-Cola inició sus propios estudios, fundando el Instituto de Bebidas para la Salud y el Bienestar en 2004. Si bien la compañía llevaba varios años canalizando fondos para la investigación en universidades estadounidenses, a través de la Asociación Americana de Bebidas (American Beverage Association, ABA) y del Instituto Internacional de Ciencias de la Vida (International Life Sciences Institute, ILSI), fue hasta 2008 que comenzó a ser notorio su patrocinio de artículos científicos sobre salud y nutrición, tanto gubernamentales como universitarios.

En 2012, la vicepresidenta y directora científica de Coca-Cola, Rhona Applebaum, se pronunció por redoblar los esfuerzos “para contrarrestar las evidencias que asociaban los refrescos a dietas y salud pobres [con] investigación defensiva y ofensiva”, refiere la doctora en nutrición Marion Nestle, quien da cuenta de estos estudios:

[...] 389 artículos publicados en 169 revistas desde 2008 hasta 2016 [que] generalmente concluyeron que la actividad física es más efectiva que la dieta en el control de peso, los azúcares y los refrescos son inofensivos, la evidencia de lo contrario es incorrecta, y la investigación financiada por la industria es superior a la financiada por otras fuentes.

A pesar de que se ha demostrado el bajo impacto que tiene el ejercicio en el control del peso, comparado con el de una

alimentación balanceada, la fabricación de esta controversia por parte de la refresquera –apelando a la ignorancia como estrategia deliberada para evitar regulaciones que mermen sus ganancias, tal cual lo plantea Robert Proctor– sembró dudas e incertidumbre y, con ello, no sólo menguó las inquietudes en torno a la salud, sino también contribuyó a impedir que en las pautas dietéticas de 2015 se incluyera la palabra “impuesto”.

Descubrir el trasfondo de la Red Global de Balance de Energía, un instrumento para implicar a los científicos como socios, dio la pauta para desentrañar distintos conflictos de interés: “Esta compañía de bebidas, simplemente en el curso normal de hacer negocios, intentó influir en los nutricionistas, la investigación nutricional, los periodistas de alimentos que cubren esta investigación y el asesoramiento dietético al público. Otras compañías también hacen esto cuando pueden. ¿La diferencia? Coca-Cola quedó atrapada”, aclara Marion Nestle y añade que este hecho también dio origen a su libro *Una verdad desagradable: cómo las empresas alimentarias distorsionan la ciencia de lo que comemos*.

El origen de este descubrimiento se registró en 2014, por un *tweet* de Rhona Applebaum donde aludió a que Steven Blair, un fisiólogo del ejercicio de la Universidad de Carolina del Sur, usaría la Red Global de Balance de Energía (GEBN, por sus siglas en inglés) como plataforma para expertos en ingesta y gasto de energía. El perspicaz Yoni Freedhoff, médico canadiense especializado en obesidad, quien ya había identificado a Blair como integrante de la Red, solicitó de inmediato a la misma la lista de sus patrocinadores. Al descubrir que además de tres universidades, la compañía refresquera aparecía en ella, aportando “un regalo educativo sin restricciones”, contactó al reportero Anahad O’Connor, quien durante varios meses rastreó la información.

De los tejes y manejes que Coca-Cola esgrimió para contrarrestar las medidas de salud pública, resulta crucial la nutrida gama de intercambio de correos electrónicos que obtuvieron periodistas, investigadores y organizaciones de consumidores, pues develan cómo fue tejiéndose una estrategia de comunicación encaminada a catapultar a la falta de actividad física como la causa fundamental de la obesidad.

Los mensajes ventilan que este innovador enfoque “científico” fue producto del contubernio entre la directora científica de Coca-Cola y tres profesores de dos universidades públicas, e incluso engendró la Red Global de Balance de Energía. En otras palabras, ésta es una institución no sólo financiada sino creada ex profeso por Coca-Cola, como lo constató la organización de consumidores US Right to Know, que tiene en su poder el documento de la empresa en el que se propuso fundarlo, como señalan en un ensayo que publicaron junto con investigadores estadounidenses, británicos e italianos.

Tras la máscara de especialistas *independientes*, *honestos* y *comprometidos* con la salud pública, los personajes que le dieron vida a la GEBN recibieron jugosos fondos de la compañía refresquera: Steven N. Blair, profesor del Departamento de Ciencias del Ejercicio, Epidemiología y Bioestadística de la Universidad de Carolina del Sur (3.5 millones de dólares); Gregory A. Hand, decano de la Escuela de Salud Pública de la Universidad de West Virginia y de la Universidad de Colorado (1.5 millones), y James O. Hill, profesor de la Facultad de Medicina de esta última universidad, a cuya fundación entregó el millón de dólares que recibió.

En connivencia secreta con Rhona Applebaum –quien en 2015 presidía el Consejo del ILSI, organización creada y financiada en gran medida por la industria alimentaria– y sin mencionar el patrocinio de Coca-Cola, en 2014 seleccionaron a los posibles miembros de la Red y para reclutarlos les enviaron por vía electrónica una encuesta. Vale la pena reproducir aquí una de las respuestas más significativas que destaca Marion Nestle a la pregunta sobre qué podría hacerlos dudar para afiliarse: “La GEBN parece una estrategia de marketing y una estrategia de un posible patrocinador (por ejemplo, Coca-Cola) para ganar *credibilidad* y evitar la atención a productos que podrían estar contribuyendo a la obesidad”.

A partir del enfoque de privilegiar la actividad física sobre la dieta como causa de la obesidad, la Red fue extendiendo sus hilos y entrelazándolos en diversas actividades: desarrollo de investigaciones a modo entre la comunidad de científicos; difusión de mensajes a través de diversos medios; dotar de información y reportes técnicos a los responsables de instrumentar políticas

públicas, y financiar a organizaciones, asociaciones y academias. Robusteció esta trama con una campaña integral que, a través de talleres, cursos y conferencias, abarcó desde el cabildeo con los políticos y la capacitación de profesionales de la salud, *enseñándoles* a abordar la obesidad con base en este nuevo enfoque, hasta el aleccionamiento de reporteros y blogueros de esta fuente periodística sobre la trascendencia de la actividad física para una vida saludable.

Su *generosidad* –evidenciada por los mensajes electrónicos entre ejecutivos de Coca-Cola e investigadores que publicó el *New York Times*– fructificó en investigaciones como la realizada durante cinco años por Peter Katzmarzyk, de la Universidad Estatal de Louisiana, quien recibió 6 millones de dólares. Se trata de un estudio conocido como ISCOLE, que involucró a 6 mil niños de entre nueve y once años de doce países (Australia, Brasil, Canadá, China, Colombia, Estados Unidos, Finlandia, India, Kenia, Portugal, Sudáfrica y Reino Unido), para identificar los patrones de comportamiento que más los predisponen a la obesidad, cuyo parámetro fundamental fue la medición de su actividad física.

Al decir de Marion Nestle:

Los investigadores no buscaron la correlación entre la obesidad y la ingesta de refrescos, bebidas gaseosas o azúcares [...] Sus resultados no mostraron ningún patrón dietético asociado con el sobrepeso [...] Llegaron a la conclusión de que los relatos más importantes de la obesidad en los niños eran la baja actividad física, la duración corta del sueño y la frecuencia de ver televisión.

Más adelante indica que Katzmarzyk intentó convencer al Instituto Nacional de Salud Pública de México para que participara en la investigación, pero éste se negó a “jugar a la pelota debido a quién estaba patrocinando el estudio”; a lo que Rhona Applebaum comentó: “se están ahogando, les tiramos una línea y se niegan a tomarla”, entre otras expresiones agraviantes.

Si bien los investigadores del ISCOLE declararon que el financiamiento de Coca-Cola no propició su intervención en la realización y conclusiones del estudio, los correos electrónicos dejaron

clara la participación de la compañía en las “decisiones estratégicas sobre el diseño del estudio”.

Otra investigación realizada en la GEBN examinó los efectos de la actividad física sobre el balance de energía y la grasa corporal, y concluyó que para mantener en equilibrio la ingesta de calorías tan sólo se requieren 7,116 pasos diarios, una caminata que la mayoría de los adultos puede realizar. Marion explica que “este estudio puede parecer una investigación básica sobre fisiología del ejercicio, pero implica que la actividad física, y no mucho más que eso, es todo lo que se necesita para controlar el peso, independientemente de la cantidad de Coca-Cola que se tome”, lo que demuestra cómo esta empresa patrocina “la investigación de mercadotecnia como ciencia básica”.

A raíz de la publicación del *New York Times* y ante las críticas y señalamientos, la respuesta inicial de la empresa fue sentirse orgullosa de financiar la investigación científica de la Red Global de Balance de Energía, pues “creemos que una dieta equilibrada y el ejercicio regular son dos ingredientes clave para un estilo de vida saludable”. Nos ahorramos aquí las ridículas respuestas de la Fundación de la Universidad de Colorado y de Steven N. Blair y sólo consignamos el compromiso que asumió el presidente de Coca-Cola en aquel entonces, quien en un artículo publicado en el *Wall Street Journal* se comprometió a “hacer un mejor trabajo involucrando a las comunidades científicas y de salud pública, y lo haremos. En el futuro, actuaremos con más transparencia a medida que reforcemos nuestras inversiones y nuestros esfuerzos hacia el bienestar”.

Las presiones de periodistas y científicos, junto con la opinión pública, forzaron a ese compromiso de transparencia que cristalizó en la publicación, dentro del sitio web de la empresa, sobre el financiamiento otorgado a profesionales de la salud, científicos y organizaciones estadounidenses entre 2010 y 2015, con un monto mayor a 21 millones de dólares para investigación, aparte de más de 96 millones para asociaciones, como la Academia de Nutrición y Dietética (700 mil); la Academia Americana de Pediatría (2.9 millones) y la Academia Americana de Médicos de Familia (3.5 millones), entre otras instituciones y entidades que

se supone deberían estimular prácticas saludables entre sus afiliados. (Véase Tabla 1.)

Tras el escándalo que desató la información revelada en el sitio web de Coca-Cola y las pesquisas de los periodistas, la Universidad de Colorado devolvió la subvención del millón que había recibido; la refresquera anunció el retiro de Rhona Applebaum (quien luego dejó la presidencia del ILSI), se desintegró la Red Global de Balance de Energía y el profesor James O. Hill renunció a su cargo como director ejecutivo del Centro Anschutz de Salud y Bienestar de la Universidad de Colorado.

La resonancia del conflicto de interés produjo ecos a escala internacional, lo que forzó a la compañía a lanzar iniciativas de transparencia similares en Gran Bretaña, Alemania, Australia y al menos en otros diez países. A Coca-Cola no le quedó más remedio que soportar el sabor de las mieles amargas.

EL TSUNAMI LLEGA A EUROPA

Muy poco tardó en generarse la onda expansiva derivada de las insólitas revelaciones sobre el esfuerzo dirigido a influir en la comunidad científica y académica estadounidense, para finalmente cruzar sus fronteras y el Atlántico. Entonces, al igual que en Estados Unidos, Coca-Cola también sacó a la luz en distintos países de Europa, América y Oceanía la lista de institutos de investigación, universidades y organizaciones a los que había brindado apoyo financiero, junto con las cantidades que recibieron cada una de ellas y la promesa de actualizar periódicamente tales listas.

Esta oleada de iniciativas de transparencia, un auténtico *tsunami*, tocó tierra cuando menos en Gran Bretaña, Alemania, Francia, España, Bélgica, Holanda, Dinamarca, Finlandia, Noruega, Suecia, Irlanda, Australia, Nueva Zelanda e incluso, como detallaremos poco después, México. Por lo pronto, detengámonos en España y Francia, con el ánimo de ejemplificar.

En España, según datos publicados por la propia empresa en su página de internet, sus "Actividades de colaboración y de ayudas a la investigación" difundidas por el diario *El País* en

septiembre de 2018, “Coca-Cola aportó 8 millones de euros a decenas de organizaciones científicas y médicas españolas entre 2010 y 2017”.

En la lista de beneficiados, destacan varias fundaciones: la Fundación Iberoamericana de Nutrición (835 mil euros), la Fundación Española del Corazón (640 mil), la Fundación Española de Nutrición (567 mil), la Fundación para la Diabetes (357 mil) y la Fundación SHE (363 mil).

En la repartición de euros no se pueden quejar varias asociaciones profesionales, pues la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria recibió 420 mil; la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria, 400 mil, y la Asociación Española de Pediatría, 350 mil.

Nada despreciables son, sin embargo, los montos que se embolsaron la Cátedra Internacional de Estudios Avanzados en Hidratación (80 mil), la Federación Española de Diabetes (61 mil), y la Academia Española de Nutrición y Dietética (66 mil), entre otras.

Fueron un total de 74 organizaciones de salud las que recibieron financiamiento de Coca-Cola entre 2010 y 2016, fondos que con frecuencia se utilizan con el fin de sufragar investigaciones científicas relacionadas con la salud y el bienestar, como lo declara la propia empresa en su página de internet, así como para la organización de congresos, talleres y cursos de verano. Esta última es una añeja práctica que cultivan desde hace décadas la industria farmacéutica y la tabacalera, cuyo objetivo es comprar conciencias y crear una atmósfera favorable; es decir, para que se pongan la camiseta de la empresa los científicos y académicos. Por supuesto, no podían faltar los fondos a programas y actividades de comunicación en materia de salud y bienestar.

Asegura la empresa que los apoyos se conceden a investigaciones “rigurosas, transparentes y diseñadas objetivamente”, “que respondan a preguntas relevantes, más que abogar por un resultado concreto”, que “tienen el control absoluto del diseño del estudio, de la ejecución, así como de la recogida, análisis e interpretación de los datos”, y no están ligadas “a los beneficios de productos”. Asimismo, los autores “deben revelar sus fuentes de apoyo económico en todas las publicaciones y presentaciones públicas de los

datos”, y Coca-Cola en España no “puede impedir la publicación de los resultados de las investigaciones” ni condicionar su apoyo económico a los mismos.

Aún hay quienes sostienen que es exagerado dudar de las nobles intenciones de la industria de alimentos y bebidas; que no va a conducir a ninguna parte eso de andar sospechando de la labor altruista que impulsan las empresas, como parte de su compromiso con la responsabilidad social y ambiental (y menos todavía atreverse a cuestionar la honorabilidad de este mecenazgo científico, que nutre a algo tan *puro, objetivo e incorruptible* como la ciencia); que eso está generando una angustia atroz en los consumidores, haciéndoles creer que todos los comestibles ultraprocesados hacen daño.

Muy a nuestro pesar, de nuevo tenemos que desengañarlos. No es que estemos obsesionados o que tengamos una manía persecutoria contra esa industria. No imaginamos, suponemos o creemos que ha metido mano sucia en la ciencia para fabricar evidencias a su favor o descalificar las que surgen en su contra. Es que a lo largo de este trabajo hemos encontrado suficientes evidencias que prueban, de modo contundente e inobjetable, que así ha sucedido en Estados Unidos, en Francia, en España y en otros países, incluido México, como documentaremos con amplitud a continuación. Claro, no verán tales pruebas quienes no quieran verlas, pues ya se sabe que no hay peor ciego que el que no quiere ver. O, como decíamos al principio, que hay quien prefiere que le mientan más.

Por ejemplo, en el país ibérico, el epidemiólogo Carlos Alberto González, del Instituto Catalán de Oncología, y Juan Pablo Rey, de la Universidad de Sidney, en 2019 analizaron 20 artículos derivados de dos proyectos de investigación financiados por la refresquera a instituciones de salud españolas. Su estudio, publicado en la revista de la Asociación Europea de Salud Pública, concluyó que los autores de los 20 trabajos examinados no sólo manifestaron no tener conflictos de intereses, sino que “la mayoría de las publicaciones (14 de las 20) se alinearon con las estrategias de marketing utilizadas por Coca-Cola (por ejemplo, centrarse en la inactividad física como la principal causa de obesidad)”.

En una entrevista para *El País* que acompañó la nota antes citada aquí, Carlos Alberto González calificó lo anterior de escandaloso, aunque no se tiene conciencia de ello: “Nadie se imagina un congreso de la Sociedad Española de Oncología Médica financiado por Philip Morris [la tabaquera dueña de Marlboro]. Y esto está pasando en la nutrición”.

Consultado por el diario vía telefónica en la Universidad de Sidney, la voz de Juan Pablo Rey debiera resonar en todos los ámbitos porque pone sobre la mesa el asunto con una claridad meridiana: “Los científicos que trabajan en el campo de la salud pública no pueden tener conflictos de intereses, no pueden recibir dinero de empresas que están produciendo daños a la salud”.

Para los autores del trabajo citado, los correos que intercambiaron dos antiguos vicepresidentes de Coca-Cola –Michael Ernest Knowles y Alex Malaspina– demuestran claramente los intentos de la industria por cooptar las organizaciones científicas: “Tenemos buenos contactos en algunas [asociaciones médicas] y debemos alentarlos a abordar asuntos de salud pública y ‘sugerir’ temas apropiados”, le escribió el primero al segundo.

Justicia Alimentaria, organización española con sede en Barcelona, ya había ventilado esta situación desde 2015, cuando se publicó el informe *Confiad en mí. Puertas giratorias, conflictos de intereses y amistades peligrosas entre la industria alimentaria y los organismos de salud*.

Como resumió Javier Guzmán, director de esta organización, en el artículo “La corrupción más sofisticada de los lobbies alimentarios”, en dicho informe los lectores “descubrirán las prácticas comunes de la industria y su influencia en los estudios científicos a través de patrocinios de cátedras universitarias, la creación de centros de estudio vinculados a la administración, el pago de investigaciones científicas; la colocación de gente afín en puestos clave (con sus nombres y apellidos), las visitas a profesionales de la salud, los convenios de colaboración con medios de comunicación y la creación de campañas conjuntas con las administraciones”.

¿Qué ocurrió con los vecinos galos? Las revelaciones realizadas en Francia se debieron a las insistentes peticiones –iniciadas con una carta fechada en octubre de 2015– que hizo la

organización de consumidores Foodwatch a la Coca-Cola, a fin de que transparentara sus apoyos y diera a conocer la lista de universidades y centros de investigación, así como de sociedades profesionales y asociaciones civiles subvencionadas por la transnacional en ese país de 2010 a 2015.

La empresa hizo pública esta relación desde abril de 2016, que hasta 2015 sumaba cerca de 7 millones de euros, y desde entonces actualiza periódicamente los datos.

Conforme al análisis efectuado en el artículo titulado “Investigación de la ciencia bajo la influencia de millones de Coca-Cola”, publicado por el diario *Le Monde*, de 2010 a 2019 la compañía había financiado en Francia “más de 8 millones de euros a especialistas y diversas organizaciones médicas, deportivas y de eventos”.

Entre los beneficiados figuran desde el prestigiado Instituto Pasteur hasta la Federación de Diabéticos de Francia –que ingresó a sus arcas 268 mil euros y, según Foodwatch Francia, quizá por vergüenza, omite en su página web el apoyo recibido de la empresa de bebidas–; el Instituto Europeo con Expertise en Fisiología; la Asociación de Nutricionistas y Dietistas de Francia –que se benefició con más de 117 mil euros, y tiene entre sus miembros a profesionales de la salud que tratan de darle sentido a la ingesta de bebidas y refrescos *light*–; el Instituto Internacional de Investigación en Prevención, y el Centro Nacional para el Desarrollo del Deporte.

Conforme a Foodwatch, la multinacional ha invertido tales fondos en Francia, como lo ha hecho en otras naciones, con el objetivo de distorsionar la controversia sobre la relación entre el consumo de refrescos y otras bebidas azucaradas con la obesidad y la diabetes.

Para el periódico francés, en la mayoría de los casos, esos apoyos económicos no se traducen en investigaciones científicas rigurosas, sino que son una forma de relaciones públicas o patrocinio que pretende “hacer olvidar” el vínculo entre las bebidas con azúcares agregados y la obesidad, al colocar el acento en la falta de actividad física.

¿Y del otro lado del *charco* cómo se veían las cosas?

MÉXICO, TRANSPARENCIA OPACA

Veamos ahora cómo nos impactó este *tsunami* de transparencia a escala planetaria. Al iniciar esta investigación periodística, queríamos suponer que de seguro nos encontraríamos que nuestro país habría sido sacudido también por el sismo que tuvo su epicentro en Estados Unidos, a raíz de que quedaran al desnudo sus maniobras para posicionar a la actividad física como causa principal de la obesidad. Así tendría que ser, si nos atenemos a las consecuencias amargas que ha traído para la salud de los mexicanos su consumo inmoderado, pero también al jugoso y dulce negocio que representa México para la Coca-Cola. (Véanse Recuadros 1 y 2.)

Para nuestra sorpresa, las búsquedas que realizamos en internet (por ejemplo, “Coca-Cola apoya investigación en México” o “Coca-Cola financia ciencia en México”) arrojaron resultados decepcionantes. Este tipo de búsquedas nos había remitido a páginas muy interesantes sobre Estados Unidos, España y Francia, incluso a bibliografía especializada.

En cambio, en todas las páginas a que nos remitió el buscador Google, sólo encontramos tres notas de nuestro interés: una publicada por El Poder del Consumidor (“Premio Conacyt-Coca-Cola en medicina: Ciencia y transparencia”, que es un artículo de Martín Lajous y Ruy López-Ridaura publicado en la revista *Nexos*, que ya conocíamos y al que luego volveremos); una nota del portal POPLab (“La desinformación viene en botella”, que da cuenta de los estudios financiados por la industria para desacreditar el impuesto a los refrescos en México), y un texto del portal SinEmbargo MX (“¿A quiénes financia Coca-Cola?”, que reportaba cómo se financiaban en 2015 los congresos de la Sociedad Latinoamericana de Nutrición).

El resto de los resultados de las búsquedas en Google estaba profusamente salpicado de loas vertidas por el periodismo económico al gigante de las refresqueras y de autoelogios de la propia empresa: “Coca-Cola inaugura un centro de innovación en México”, “Coca-Cola es la marca favorita de México y del mundo”, “Industria Mexicana de Coca-Cola - Premio Nacional en Ciencia y Tecnología en Alimentos 2019”, “La planta más grande de Coca-Cola FEMSA está en México”, “Investigación - Industria Mexicana de Coca-Cola”,

“Así impulsa la Industria Mexicana de Coca-Cola la investigación científica en nuestro país”...

Esta última es por demás interesante, pues deja ver el deseo de asumir el financiamiento de la ciencia y la tecnología en el país como parte de sus labores, e inclusive aumentar su participación en este campo. Luego de considerar que ésta también es una “tarea que corresponde a las empresas”, la Industria Mexicana de Coca-Cola afirma que ha consolidado su promoción de la ciencia a través tanto de alianzas con la comunidad científica y académica, como del reconocimiento al trabajo científico. La primera de estas dos vías la lleva a cabo mediante el Instituto de Bebidas, fundado en 2014, cuyo objetivo es “fomentar la educación e investigación, logrando crear y fortalecer alianzas con la comunidad científica y académica; además de realizar actividades de educación médica continua en temas de hidratación e ingredientes en favor del bienestar integral de las personas”.

Respecto a la segunda, se trata de dos reconocimientos: el Premio Nacional en Ciencia y Tecnología de Alimentos (PNCTA) y el Premio de Investigación en Biomedicina Dr. Rubén Lisker, a los que hasta 2018 convocaba, ni más ni menos, junto con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), y que a partir de 2019 lo hace junto con la Academia Mexicana de Ciencias.

Superada la decepción inicial por los pobres resultados obtenidos en la búsqueda en materia de financiamiento a proyectos de investigación, actividades educativas y sociedades profesionales, comprendimos que éstos son un reflejo nítido no sólo del bajo nivel educativo en México o del estado de desinformación en que se encuentra nuestra opinión pública por el control de los grandes medios informativos, sino fundamentalmente por la raquítica cultura en materia de ética, de transparencia y de conflicto de intereses que aquí impera a todos los niveles.

Eso nos habla de la urgente necesidad de ventilar ampliamente estos temas en México para crear conciencia de ellos en la comunidad científica y académica, en las universidades, en los centros de investigación y las sociedades profesionales, particularmente en el campo de la salud y la nutrición.

En resumidas cuentas, mientras habíamos llegado sin dificultad a los listados publicados por Coca-Cola sobre los apoyos otorgados en Estados Unidos, España y Francia, fue muy complicado dar con la información concerniente a México, tanto que llegamos a pensar que no existía.

Fue necesario que uno de los primeros entrevistados para este proyecto nos confirmara que Coca-Cola sí había publicado ya una relación sobre sus apoyos en México. El doctor Martín Lajous, investigador del Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), nos dijo que cuando entró a la página de Coca-Cola para revisar en la lista a quiénes apoyaba la empresa en nuestro país, le llamó la atención encontrar que estaba fondeando directamente a Fundación UNAM y a Fundación Mexicana para la Salud (Funsalud).

Aun sabiendo que existía, no fue sencillo dar con esa página. De hecho, esa lista (nada tonta) está como “escondidita”, pues de otra forma no es explicable que en este país prácticamente ningún medio informativo, ningún analista, ninguna organización social se haya referido a los proyectos apoyados aquí por la mayor refresquera en el mundo, justamente en uno de los países líderes a escala mundial en obesidad, sobrepeso y diabetes.

Luego de varios intentos infructuosos, finalmente encontramos la página donde se aloja esa lista en agosto de 2019 al buscar en Google “Coca-Cola México transparencia”. Ésa era la buena noticia. La mala es que, como ya Lajous nos había comentado, la lista no estaba actualizada y abarcaba únicamente de 2010 a 2015. Para cuando la encontramos seguía sin actualizarse... y así continuaba en tanto tecleábamos este capítulo.

Mientras en otras naciones como las mencionadas (incluida Argentina) la compañía actualiza la información y así cumple su “compromiso con la transparencia”, acá no lo había hecho desde 2015, pese a que en su portal prometía en diciembre de 2016 “próximas actualizaciones que efectuaremos cada año”.

Por lo mismo, el 20 de agosto de 2019 solicitamos una entrevista a Coca-Cola México, tanto vía telefónica como a través de su portal, para que nos diera información actualizada y mayores detalles acerca de su “compromiso de hacer pública la información relacionada con los recursos que otorga la compañía para apoyar

el desarrollo de investigaciones, iniciativas y programas relacionados con temas de salud, bienestar y actividad física”, como escribió en 2016 Francisco Crespo, presidente de Coca-Cola México, en la página referida.

No obtuvimos respuesta: ni Coca-Cola México había actualizado la información de su “compromiso con la transparencia”, ni nos concedieron la entrevista solicitada; el mensaje enviado a su portal no recibió contestación, y vía telefónica nos dieron puras largas, con evidentes deseos de cansarnos. Lo tomamos como su respuesta: no están dispuestos a proporcionar la información solicitada, y mucho menos a dar explicaciones en una entrevista.

La “inversión total” de Coca-Cola México para financiar investigaciones científicas e iniciativas en el periodo que comprende el citado reporte superó los 45 millones de pesos (más de 2 millones 215 mil dólares, al tipo de cambio de diciembre de 2016, 20.27 pesos por dólar). Entre los beneficiados destacan: Fundación Mexicana para la Salud (8 millones 488 mil 500, como apoyo al Plan de Trabajo del Consejo Promotor para la Salud); la empresa de materiales didácticos Nutrikit/Talleres de Nutrición (8 millones 189 mil para su programa de balance energético); Fundación UNAM (6 millones 125 mil para el estudio denominado Genética indígena e investigación en diabetes y obesidad); Conacyt (3 millones 390 mil para el Premio Nacional en Ciencia y Tecnología de Alimentos). Todas las cifras están en pesos mexicanos.

Aunque con montos comparativamente menores, no deja de resultar interesante que entre los beneficiados también estén el Instituto Mexicano del Seguro Social (que recibió un donativo por 1 millón 200 mil para el equipo de investigación del Laboratorio de Células Troncales Leucémicas) y el Hospital Infantil de México Federico Gómez (800 mil, como apoyo institucional para la construcción del área de investigación).

A Martín Lajous le llama la atención –y a nosotros nos resulta sintomático– que Coca-Cola le dé dinero a Fundación UNAM para investigación en genética de obesidad y diabetes, pues eso significa “empujar la idea de que esto [la obesidad y la diabetes] no es ambiental”. Es decir, “de que en México somos gorditos por

herencia, pues cuando le preguntan a la gente ‘¿por qué es gordita?’, contesta ‘que es de familia’, o ‘que la comida mexicana es lo que nos ha engordado’”.

Sostiene que los estudios en genética son interesantes y permiten conocer mejor la enfermedad, entre otras cuestiones, pero no es así como vamos a resolver estos problemas de salud en el país: “Sin duda podemos tener una predisposición genética, pero eso no explica lo que ha pasado en los últimos veinte años. Eso lo explica el medio obesogénico donde vivimos”.

En vez de contribuir a resolver el problema de salud que padecemos, este tipo de explicaciones alternativas puede conducir a callejones sin salida: “Al final, al enfatizar la idea de los genes, se libera de responsabilidad al individuo, al ambiente, a todo mundo. Ya no hay nada que hacer”.

Ese callejón sin salida es otro tipo de ignorancia, la que Robert Proctor llama “ignorancia como reino perdido o elección selectiva (o construcción pasiva)”, y que consiste en que, salvo en la investigación multidisciplinaria propia del pensamiento complejo, la mirada de la ciencia siempre se concentra más en un punto que en otro. Esta “decisión de centrarse en esto es invariablemente una opción para ignorar eso”.

De acuerdo con el investigador del Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), resulta obvio que el dinero destinado a investigación hay que ponerlo en prevención, pues “tenemos que hacer una contribución importante para cambiar la vida de los mexicanos, a través de una política pública, como se está discutiendo actualmente, o a través de intervenciones en comunidades o en individuos para que cambien sus hábitos”.

El camino a seguir apunta en esta dirección, agrega Lajous: “Los proyectos que debería estar fondeando la Fundación UNAM –ejemplifica– son estrategias de disminución de consumo de refrescos en escuelas, cómo instrumentar prácticas que sabemos que funcionan, hacer pruebas de implementación en comunidad... Eso tendría que estar haciendo”.

En la propia Universidad Nacional no es sencillo identificar y rastrear este tipo de apoyos, como detallaremos más adelante. Entre otras cosas porque, como explica Lajous, cuando los investiga-

dores elaboran sus informes “ellos reportan que están fondeados por la Fundación UNAM”, no por la Coca-Cola. “En cierta forma, la UNAM está blanqueando el dinero”, infiere el investigador.

Como queríamos saber más de lo que encontramos en distintos medios informativos sobre el financiamiento de la investigación titulada “Genética indígena e investigación en diabetes y obesidad” –para la cual, como ya dijimos, Coca-Cola había destinado 6 millones 125 mil pesos entre 2010 y 2015–, realizamos una solicitud de acceso a la información en la UNAM (folio núm. 6440000257419). Pedimos que se nos entregara toda la información disponible sobre el contrato o contratos celebrados entre las autoridades universitarias y los participantes en el proyecto “Genoteca indígena” (como se le denomina dentro de la Facultad de Química) con la Fundación Coca-Cola; toda la documentación relacionada con la investigación, incluida la evidencia científica y los montos de todos los donativos que ha recibido esta casa de estudios, de 2007 a la fecha, relativos a esta investigación, encabezada por la investigadora Marta Alicia Menjívar Iraheta, entre otras cuestiones.

A fin de facilitar la búsqueda e identificación, en dicha solicitud referimos a dos notas que aparecen en internet: “Recibe la FQ donativo de Fundación Coca-Cola para conformar la Genoteca Indígena” –publicada en el portal de la Facultad de Química el 14 de agosto de 2017– y “Suma Fundación Coca-Cola donativos por \$8.1 millones a proyecto de investigación para el tratamiento de diabetes en la UNAM”, que difundió *ExpokNews* el 23 de agosto de 2012.

Ante tales evidencias, no podíamos creer lo que dice la respuesta de la Unidad de Transparencia de la UNAM:

[...] después de haber llevado a cabo una búsqueda exhaustiva en los registros contables, como en los archivos de la Unidad Jurídica y los archivos de la secretaría académica de la Facultad de Química, les hacemos saber que no hemos encontrado ningún documento que ampare haber recibido algún donativo o apoyo de la empresa *Coca-Cola* ni de la Fundación *Coca-Cola* para el desarrollo del proyecto encabezado por la Dra. Marta Alicia Menjívar, lo cual

hace imposible que podamos responder a los diversos numerales de esta petición.

[...] Por otra parte, la información que los medios de difusión dieron a la sociedad en el año de 2006 no es responsabilidad ni de la responsable del proyecto, ni de la Facultad de Química.

Parece inconcebible que en este caso la Unidad de Transparencia de la Máxima Casa de Estudios pretenda tapar el sol con un dedo, sobre todo porque, sin considerar que son muchos medios los que han dado cuenta de la investigación mencionada, una de las notas citadas en la solicitud no fue publicada en cualquier medio de difusión, sino en el portal de la mismísima Facultad de Química –que por cierto tiene entre sus benefactores a la Fundación Coca-Cola.

Permítasenos extendernos al citar algunos fragmentos porque parecen auténticas joyas como las que encontraban los por desgracia ya desaparecidos Nikito Nipongo y Carlos Monsiváis, en sus columnas *Perlas japonesas* y *Por mi madre, bohemios*, respectivamente, aunque lo cierto es que pueden provocar bochorno e indignación a muchos universitarios, entre ellos a nosotros:

La Facultad de Química (FQ) de la UNAM recibió un donativo de un millón 450 mil pesos por parte de Fundación Coca-Cola, el cual se utilizará para financiar el proyecto de investigación Genoteca Indígena, con el que se pretende conocer las mutaciones o polimorfismos de diversos genes asociados a enfermedades, en especial a la diabetes, padecimiento de alta incidencia en México. [...] El donativo fue entregado al Director de la FQ, Jorge Vázquez Ramos, y a la responsable del Proyecto Genoteca Indígena e investigadora de esta entidad universitaria, Marta Menjívar Iraheta, por parte de la directora de Fundación Coca-Cola, Vivian Alegria Gallo, y del presidente del Consejo de la misma Fundación, Rodrigo Calderón, en una ceremonia atestiguada por el Secretario General de la UNAM [y consejero de la Fundación Coca-Cola], Eduardo Bárzana García, y el presidente del Patronato de la FQ, Jaime Lomelín Guillén.

[...] El titular de la FQ aprovechó la oportunidad para hacer entrega de un reconocimiento a los representantes de Fundación Coca-Cola y deseó que “este tipo de colaboraciones se potencialicen y extiendan a más proyectos”.

Por su parte, Eduardo Bárzana sostuvo que la colaboración entre la FQ y Fundación Coca-Cola es “un gran modelo para la Universidad Nacional y para el país”. Este tipo de relaciones, dijo, tienen un alcance insospechado, “muy importante para nuestra responsabilidad con la sociedad mexicana”.

[...] El Secretario General de la Universidad Nacional apuntó que la colaboración lograda es un modelo a replicar en la UNAM, con base en una fundación que busca el beneficio de la sociedad basado en la ciencia, un trabajo de investigación de alto valor agregado, un Patronato de egresados comprometidos y una Universidad con una función social de generar cada vez mejores mexicanos.

Por otra parte, ninguna de las notas que pusimos como referencia está fechada en 2006, como indica la respuesta. El texto de *ExpokNews*, de 2012, incluso señala que “desde hace cuatro años, Fundación Coca-Cola ha impulsado la realización de este proyecto con un estímulo económico”; es decir, que según esto, esta investigación comenzó a recibir apoyo de la empresa desde 2008. De ello podemos inferir que hay más de los 6 millones 125 mil pesos que Coca-Cola declaró haber destinado a este proyecto entre 2010 y 2015, dado que al parecer se inició en 2008 y no sabemos hasta cuándo se desarrolló, o incluso si aún continúa.

Coca-Cola ha financiado otros proyectos a la UNAM después del periodo señalado, pero en este punto quisimos centrarnos únicamente en lo que reveló la propia empresa porque marca un hito de gran importancia en términos de llevar a la agenda pública el conflicto de intereses en el campo de la investigación científica y la educación, en especial en materia de salud y nutrición.

Falta aún por averiguar los pormenores de los reconocimientos a los que convocaban conjuntamente la refresquera y el Conacyt, asunto que reservamos para después porque antes queremos contar brevemente la historia de cómo comenzó a ha-

blarse de conflicto de intereses por las calles de esta nación y qué sentido tiene abordar este tema.

CASA BLANCA: CDI IRRUMPE POR LA PUERTA GRANDE

Desde una perspectiva cronológica, el conflicto de intereses irrumpió de golpe en la conciencia nacional en 2014, cuando la periodista Carmen Aristegui y su equipo de investigaciones especiales dieron a conocer el caso de la “casa blanca” del entonces presidente Enrique Peña Nieto. Se trataba de una mansión digna del faraón Tutankamón ubicada en las Lomas de Chapultepec, en la Ciudad de México, con valor de 7 millones de dólares, “construida a su gusto por Grupo Higa, una de las empresas que ganó la licitación del tren México-Querétaro, y que antes levantó obras en el Estado de México, cuando él fue gobernador”, apuntó el reportaje citado.

Fue tal el escándalo que el gobierno no tuvo más remedio que simular una investigación oficial por conflicto de interés en 2015, durante la cual Virgilio Andrade, secretario de la Función Pública, debió realizar malabares para cubrir bajo la alfombra toda esa suciedad y así exonerar al presidente, a su esposa Angélica Rivera –quien supuestamente adquirió la mansión gracias a su trabajo en las telenovelas de Televisa– y al secretario de Hacienda Luis Videgaray.

Como seguramente lo conoce la mayoría, si no es que todos los lectores, no nos extenderemos en el caso de la “casa blanca” del ex presidente. Basta con señalar aquí que se trató del primer asunto de un conflicto de intereses que resonó con gran fuerza en el país, en este caso vinculado con la actuación de servidores públicos y su relación con empresas privadas, e igualmente que tuvo repercusiones legales.

Como nos explica en entrevista el doctor José Roldán Xopa –profesor-investigador del Centro de Investigación y Docencia Económicas en la Maestría de Administración y Políticas Públicas–, aquel suceso derivó en una iniciativa ciudadana que en los medios informativos se conoció como “ley tres de tres”, que obligaría a

todos los funcionarios gubernamentales a hacer públicas tres declaraciones: patrimonial, de intereses y fiscal.

Finalmente, tal iniciativa sólo se quedó en la reforma de 2017 a la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos. En ella se estableció que los servidores públicos debían rendir su declaración de intereses al inicio de sus labores; es decir, manifestar “con quién estoy casado, en qué empresas participo, en qué banco tengo mis cuentas e incluso mis relaciones familiares, porque eso sirve para ver si en mis funciones puedo incurrir en un conflicto de interés”. Asimismo, se determinó que es una falta el llevar a cabo acciones en las que se presente un conflicto de interés. Para Roldán Xopa, ése fue un avance, pero cada vez se nos van presentando situaciones que requieren de una reflexión mayor, comenta.

Para agosto de 2015, también se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* un Acuerdo que se planteaba como objetivo “emitir el Código de Ética de los servidores públicos del Gobierno Federal, las Reglas de Integridad para el ejercicio de la función pública, y los Lineamientos generales para propiciar la integridad de los servidores públicos y para implementar acciones permanentes que favorezcan su comportamiento ético, a través de los Comités de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés”.

Ese mismo año, meses después, se creó la Unidad Especializada en Ética y Prevención de Conflictos de Interés, dentro de la Secretaría de la Función Pública, que en enero de 2017 publicó la *Guía para Identificar y Prevenir Conductas que Puedan Constituir Conflicto de Interés de los Servidores Públicos*, que se propuso como instrumento para orientar el cumplimiento de ciertas obligaciones del citado Acuerdo.

Como parte de todo este proceso, atenta a los sucesos referidos, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) publicó diversos documentos enfocados en resguardar la integridad del sector público y proteger el interés público, entre ellos el Estudio sobre la integridad en México, aspectos claves, de 2017. Entre sus conclusiones, destacan diversas recomendaciones a México en materia de contrataciones públicas, y sugiere que la Secretaría de la Función Pública se enfoque en “mejorar y ampliar

lineamientos sobre la manera en que funcionarios de adquisiciones pueden y deben reaccionar cuando enfrentan dilemas éticos típicos y situaciones de conflicto de intereses en los procesos de licitación pública”.

Dos años más tarde, se dio a conocer el Informe de Seguimiento del Estudio de la OCDE sobre Integridad en México, Respondiendo a las Expectativas de los Ciudadanos, donde el organismo sintetiza una serie de propuestas de acción en “una hoja de ruta para que el Gobierno de México avance en sus esfuerzos de construir un sistema público de integridad”. En ese sentido, es fundamental que permee una cultura de integridad a todos los niveles y en todos los sectores, pero no sólo en el público sino en el privado y en toda la sociedad.

Sin embargo, el conflicto de intereses es un tema que, pese a su importancia y a sus amplias repercusiones en los asuntos de la vida nacional, no ha cimbrado aún a la comunidad científica y académica, si nos atenemos a lo que ocurre incluso en la Máxima Casa de Estudios, la universidad con la tradición más crítica del país (¡cómo estarán las otras!), y al respaldo que tanto el Conacyt como la Academia Mexicana de Ciencias le han dado a Coca-Cola al convocar conjuntamente a premios de investigación, como si fuera la cosa más natural, como si tuviéramos una venda en los ojos o nos gustara que nos sigan mintiendo.

Aclaremos de una buena vez que aquí no se trata de montar un jurado, de convertirnos en inquisidores, de analizar esta compleja situación desde la perspectiva esquemática de una telenovela en la que invariablemente no hay seres humanos tridimensionales, sino personajes totalmente buenos o malos, en la que todo es blanco o negro, sin ningún matiz.

En la entrevista con Martín Lajous, él afirmó categórico que le parece que éste es “un buen momento” para ventilar ese tema en un país como el nuestro, donde la gente tiene menos acceso a información y contamos con menos especialistas. Nada complaciente y autocrítico, para el investigador del INSP el conflicto de interés en México “puede estar en todo y nadie lo reconoce nunca como un problema. La industria farmacéutica lo sigue haciendo. Al final, nosotros mismos tampoco nos

reconocemos en conflicto de interés. Existe y evidentemente hay grados”.

Él es de los contados investigadores en México que ha divulgado esta espinosa cuestión, que parece producir alergia en vastos sectores de la comunidad médica y de nutriólogos, más allá del círculo de académicos y científicos.

Precisamente por eso fue de los primeros a quienes acudimos para que nos hablara sobre el tema, en especial porque en agosto de 2015 –casi en las mismas fechas en que estalló el escándalo del *New York Times* sobre el financiamiento de Coca-Cola al Global Energy Balance Network– en la revista *Nexos* apareció el artículo “Premio Conacyt-Coca-Cola en medicina: Ciencia y transparencia”, mencionado páginas atrás.

En él, junto con Ruy López Ridaura, disecciona el Premio de Investigación en Biomedicina Dr. Rubén Lisker, que desde 2015 y hasta 2018 convocaron conjuntamente Coca-Cola y el Conacyt –reemplazado por la Academia Mexicana de Ciencias a partir de 2019, insistimos. Este reconocimiento surgió en un contexto muy singular, que quienes no conozcan México podrían calificar de esquizofrénico.

La convocatoria se dio a conocer apenas tres meses antes de que en Estados Unidos se desenmascararan los esfuerzos de la refresquera por desviar la atención de las causas verdaderas de la epidemia de obesidad; tal circunstancia podría hacer pensar que el Conacyt no estaba muy consciente del proyecto al que se sumaba, si no fuera por el hecho de que desde enero de 2014 en nuestro país se había establecido un impuesto a las bebidas azucaradas.

Es como de locos: por un lado, el Estado mexicano castiga a la industria refresquera (que en el fondo era una medida fiscal desesperada para captar ingresos) y, por el otro, se asocia con su mayor representante para invitar a la comunidad científica a participar en un reconocimiento cuyo objetivo consiste en el “mejoramiento de la salud de la población mexicana”.

Y eso sucedió en un contexto internacional en el que, como comenta Lajous, el *New York Times* había descubierto que “Coca-Cola hizo cosas malas”, y derivado de ello la empresa “pedía perdón”, y prometía cambiar su política; una política que en México

se reproduce de manera parcial, porque aquí en el Premio Lisker “creo que no se cumple la idea de que ellos sólo van a fondear 50 por ciento de los proyectos”.

En ese sentido, el especialista expone que el Premio Lisker se ha otorgado a proyectos de ciencia básica. En consecuencia, si los investigadores saben que se financian proyectos en investigación básica, pues lógicamente se empiezan a concentrar en esa área; o sea, de esa forma se empuja la agenda de investigación. Por esta razón, este reconocimiento es emblemático para Lajous.

Como señalan en su artículo él y López Ridaura, la convocatoria de este premio era similar a otras de este tipo. Presentaba el logo del Conacyt (en su lugar ahora aparece el de la AMC) y tenía por nombre el de un prestigiado científico y médico mexicano. El que Coca-Cola llamara “Rubén Lisker al premio fue genial, pues él fue maestro de todos esos investigadores y toda la comunidad médica lo admira profundamente”. En el artículo “ni siquiera pusimos el nombre de Rubén Lisker, porque todo mundo se nos iba a venir encima, que por qué hablábamos mal del gran maestro”, quien aún vivía (murió en diciembre de ese año). Asimismo, las propuestas serían evaluadas por un comité de ocho investigadores nacionales nivel III del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) del Conacyt.

La diferencia respecto a otras convocatorias similares estriba en la propia naturaleza de este reconocimiento. Explicaba el artículo citado:

En primer lugar, porque Coca-Cola vende productos que la comunidad científica ha reconocido como dañinos para la salud y cuyo consumo el Estado mexicano busca reducir. Segundo, porque existen antecedentes que sugieren que los investigadores financiados por Coca-Cola pierden su independencia científica y promueven, de alguna manera, mensajes al público vinculados a sus intereses comerciales. Y finalmente (y quizá el aspecto de mayor gravedad) porque la convocatoria parece asignar a Conacyt un rol exclusivamente de promotor.

Nos cuenta Lajous que decidió escribir el artículo de *Nexus* porque le parecía inconcebible que se convocara a un premio con

tales características. Incluso, “le escribí a uno de los miembros del Comité de Evaluación de las investigaciones. Están ahí la crema y nata de la investigación médica en México, puro SNI III [...]. A uno de ellos, el doctor Alfredo Ulloa Aguirre, director de la revista de los institutos nacionales de salud [*Revista de Investigación Clínica-Clinical and Translational Investigation*], le dije: ‘Creo que sería bueno tener una discusión pública de esto, [sobre] cuáles son las implicaciones del Premio Lisker. ¿Estaría interesado en publicar una editorial que hablara del tema, ya que ésta es la revista de los institutos nacionales?’ Me dijo: ‘No, esta revista no es para eso’”.

De esta situación se ha aprovechado la industria, que sin duda sabe cómo mover los hilos porque sus mercadólogos están muy bien entrenados: “Primero, blanquean todo diciendo que el premio se llama Rubén Lisker. Además, le denominan premio a lo que en realidad es un financiamiento para un proyecto de investigación; es una competencia”, pues no constituye un reconocimiento a los méritos de un trabajo ya realizado.

Tal vez lo más importante consiste en que “están en contacto con lo más selecto [de la comunidad científica en salud] y generan influencia en ella, porque están apoyando investigación. Por ejemplo, pueden plantearles a ellos sus quejas sobre lo que están haciendo en salud pública con el etiquetado, etc. Es una forma de blindarlo todo”.

Lajous imagina la entrega del Premio Lisker: un buen evento, con buena comida, en el que se consiente a los investigadores. Finalmente, los dos millones del “premio” para llevar a cabo una investigación en salud son de muy poca utilidad, y para la Coca-Cola “son pepitas, no son nada”.

Revisamos en internet diferentes notas que dan cuenta de la entrega del premio y comprobamos las aseveraciones de Lajous. Vemos las fotos de los ganadores del Premio Lisker con los logos atrás de Coca-Cola, y en las ceremonias de premiación “están los directores de los institutos nacionales” y también del Conacyt. Lo cierto es que los logotipos de Coca-Cola y del Instituto de Bebidas para la Salud y el Bienestar, que parecían un burdo anuncio en la edición de 2015, se han ido reduciendo conforme transcurren las ediciones, hasta prácticamente desaparecer en la de 2019.

Para el investigador del INSP, resulta claro que la élite médica y todos estos científicos no reconocen que existe un conflicto de interés, “y me llama mucho la atención que no les preocupe que su nombre aparezca ligado con la Coca-Cola [...]. Simplemente con lo que salió en el *New York Times* es para decir: ‘Yo, investigador, ¿tener algo que ver con Coca-Cola?, pero para nada’”.

Deseábamos conocer las razones que esgrimió el Conacyt para desmarcarse y lo que gana la Academia a cambio de su participación, pero ni la doctora Elena Álvarez Buylla ni el doctor José Luis Morán López, directora general del Conacyt y presidente de la AMC, respectivamente, quisieron o pudieron recibirnos. Para el anterior titular del Conacyt, Enrique Cabrero Mendoza, obviamente el vínculo con la refresquera no entrañaba ningún problema.

Únicamente este último y José Luis Morán López no se dan cuenta de que “lo que está buscando [Coca-Cola] es blanquear su premio”. No es lo mismo que sólo el Instituto de Bebidas de Coca-Cola convoque al Premio Lisker, a que lo haga junto a la Academia Mexicana de Ciencias, “pues le pones un sello de calidad. Al final están levantando la visibilidad del premio con otra institución como el Conacyt”.

¿Se trata de un caso de miopía avanzado o hay algo más? Imposible determinarlo. Lo que sí podemos suponer, al igual que Lajous, es que si la Academia cobra una comisión por administrar el Premio Lisker (o tiene una ganancia de otro tipo), ¿cuándo va a querer deshacerse de ese reconocimiento? Nunca.

También ya sería tiempo de que los investigadores deseosos de obtener prestigio y fondos para sus proyectos se den cuenta de que en todo este tipo de cosas se presenta un conflicto de interés, pues Martín Lajous considera “que hay un poco de ingenuidad para entender” la situación.

Hay un costo que pagar, como él apunta, pues debemos entender que “la industria no hace esto por buena onda, no es altruismo. Me digan lo que me digan sobre su responsabilidad social, no. Su responsabilidad es con sus accionistas: generarles beneficios económicos a sus accionistas”.

Eso es precisamente lo que pierden de vista por completo los científicos y las élites académicas; que se trata de “una estra-

tegia de marketing o de relaciones públicas para que la industria avance en sus objetivos", que nada tienen de altruismo o filantropía. La realidad es que "lo único que está haciendo es avanzando su imagen o empujando objetivos específicos para aumentar sus beneficios financieros". Y mientras el Premio Lisker esté alineado con estos objetivos, "va a seguirlo pagando".

En el artículo tan comentado, Lajous y López Ridaura proponen una serie de medidas que permitirían transparentar las "colaboraciones estratégicas con el sector privado en general y con la industria alimenticia en particular". Consideran que las alianzas público-privadas pueden ser una importante fuente de financiamiento, siempre y cuando "sean lo más transparentes posible y asegurando que los objetivos de ambas partes se encuentren totalmente alineados con el mejoramiento de la salud de la población".

En cuanto al antes mencionado Premio Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (PNCTA), que convocaban también el Conacyt y Coca-Cola (y reportado por la empresa en su página de transparencia), a Lajous le preocupa mucho menos porque "básicamente es un premio a científicos que se dedican a desarrollar procesos industriales".

A nosotros nos llama la atención que el PNCTA representaba "la alianza más longeva entre el sector público y privado", tomando en cuenta que el Conacyt y Coca-Cola lo entregaron juntos por 44 años, como se ufana Coca-Cola.

Por cierto, quienes ingresen a la página de la Academia Mexicana de Ciencias y busquen información tanto sobre este premio como sobre el Lisker, no encontrarán rastro alguno, ni siquiera en la sección de los múltiples premios que otorga esta asociación civil, y tampoco nos supieron dar razón en el teléfono de la comisión de premios de la AMC. ¿Por qué será? Nos quedamos con las ganas de que su presidente nos lo explicara.

RECUADRO 01

LLEGAN LOS AMIGOS PELIGROSOS

Empecemos por contar la historia de quien se convirtió en un embajador de la Navidad en nuestro país, una presencia que está a diez años de cumplir un siglo. A finales de los años veinte, tras las puertas de algunas jugueterías de la Ciudad de México podía verse en diferentes formas y tamaños al Santa Claus o Papá Noel, que en las culturas occidentales entregaba regalos a los niños en Navidad.

No obstante, fue hasta la década de los cincuenta que este personaje tal como lo conocemos actualmente -encarnado en la figura excesivamente gorda de un venerable y seductor anciano de abundante barba blanca, en cuyo traje rojo ribeteado de blanco porta los colores distintivos de la bebida que en la actualidad todavía promociona-, además de exhibirse en las tiendas departamentales, apareció en las ilustraciones

de periódicos, revistas y carteles mexicanos, entregando juguetes, leyendo cartas de los niños y, desde luego, bebiendo una Coca-Cola, hábito que ha ostentado por muchas décadas.

Lejos de reconocer que “sin duda alguna, todos sabemos que este viejito bonachón se ha convertido en un personaje entrañable que representa todo lo bueno del mundo durante la época de la Navidad”, como plantea en su página Coca-Cola, lo cierto es que esta industria refresquera al vincular su consumo con las emociones infantiles, emanadas de los regalos que acostumbraba entregar el legendario Santa Claus, entrañó un descarado e inobjetable conflicto de interés.

“Para mí el éxito de Santa Claus en México es Coca-Cola -dice el doctor Luis Alberto Vargas y agrega:- Es terrible cómo nos

ha vendido valores estadounidenses. Yo lo viví de chico. Veía los anuncios de Santa Claus llegando con su Coca-Cola y pensaba: qué buen viejito que trae regalos, y ahora lo ves por todos lados”.

Así de “inocente” fraguó Coca-Cola este primer conflicto de interés, una empresa que por más de 90 años no ha desaprovechado ninguna ventana para seguir cultivando conflictos de intereses y cautivando a los niños mexicanos; de ahí que entre 2010 y 2020 haya invertido en publicidad 12.4 mil millones de dólares, según lo consigna Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor, en su artículo “Niños comiendo porquería, desde Nepal hasta México”.

Nestlé es otra de las corporaciones que además de desplegar la mayor publicidad dirigida a los niños, ha contribuido, en mayor medida, a crear el gusto por los sabores intensamente dulces entre los niños mexicanos desde muy temprana edad,

a través de la gran variedad de productos con muy altas concentraciones de azúcar y edulcorantes.

Esta empresa suiza con más de 85 años de permanencia en nuestro país, ha protegido sus beneficios comerciales esparciendo conflictos de interés entre médicos, investigadores, asociaciones de profesionales de la salud, agrupaciones empresariales y funcionarios públicos.

Luis Alberto Vargas, investigador del Instituto de Investigaciones Antropológicas de la UNAM, narra que su padre fue fundador del Hospital Infantil de México, una institución creada entre las décadas de los treinta y los cuarenta con muy pocos recursos, por lo que “se vio en la necesidad” de requerir de apoyo económico externo, el cual llegó rápidamente tanto por parte de los laboratorios farmacéuticos como de Nestlé con su oferta de productos para la alimentación de los niños.

Recuerda el doctor Vargas que en un primer

momento Nestlé hizo una campaña muy fuerte para promocionar su leche y cereal preparado, en un país donde el agua potable no llegaba a todos lados, la preparación higiénica de los alimentos era muy deficiente y lo más socorrido para la alimentación infantil eran los atoles. Luego esta empresa se convirtió en la patrocinadora de la pediatría mexicana, financiando los congresos: “Ahí comenzó, dentro del mundo médico, la costumbre de recurrir a su financiamiento, bajo la visión de que si quedaba bien, sus productos serían utilizados. En ese entonces no se hablaba de conflicto de intereses puesto que se consideraba

que los productos tenían un valor intrínseco”.

Los conflictos de intereses que a lo largo de su historia en nuestro país ha ido tejiendo Nestlé en las instancias académicas, de salud pública, empresariales y gubernamentales del más alto nivel, así como en asociaciones de la sociedad civil y también con las organizaciones que ha creado ex profeso, además de las del área agropecuaria, la sitúan, como bien afirma Alejandro Calvillo, “en una de las corporaciones que ha secuestrado la política de salud pública para proteger sus intereses, sus ventas, sus ganancias”.

RECUADRO 02

**COCA-COLA: EL JUGOSO Y DULCE
NEGOCIO QUE REPRESENTA MÉXICO**

- En México, el consumo de refrescos era de 163 litros por persona en 2014, de acuerdo con lo informado por Dariush Mozaffarian, de la Universidad de Tufts, y Mauricio Hernández, en ese año director general del INSP.
- América Latina suma 40% de las ventas globales de la compañía, y México es el país más importante en la región.
- Gracias a esto, Coca-Cola ocupó el primer lugar mundial en 2017 dentro de “Las 100 principales mega marcas globales que realiza Euromonitor”, es decir, aquellas con el mayor valor de ventas.
- México es el mayor mercado para Coca-Cola Company, con 13% de su volumen global de ventas.
- Además, de acuerdo con el informe anual 2017 de la compañía, en América Latina, México aportó 47% del total de cajas-unidad, distribuidas en ocho embotelladores.
- Coca-Cola FEMSA y Arca Continental, las dos principales distribuidoras en territorio nacional, facturaron en conjunto 17 mil millones de dólares en 2018.
- Estas dos embotelladoras mexicanas “son casos de éxito a nivel mundial”, como declaró a *El Economista* el vicepresidente de Asuntos Públicos y Comunicación de Coca-Cola Company (CCC) en México, Joan Prats.
- Este diario agregó que México es “estratégico para Coca-Cola”, pues no sólo constituye el segundo mercado mundial en importancia para la compañía en términos de su nivel de consumo, sino que “representa un laboratorio enorme para entender al cliente y adaptarse a sus necesidades, pues la nación reúne los atributos de una sociedad de alto consumo de refrescos”.

- Incluso, agregó, “las operaciones mexicanas de CCC se caracterizan por una constante innovación que le permite prever tendencias de consumo y anticipar estrategias globales”, dijo Prats a *El Economista* en junio de 2016, poco tiempo después de festejar los 90 años de Coca-Cola en territorio nacional.

TABLA 1. UNIVERSIDADES, CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y SOCIEDADES PROFESIONALES FINANCIADAS POR COCA-COLA EN ESTADOS UNIDOS 2010-2015

UNIVERSIDADES	CENTROS DE INVESTIGACIÓN	SOCIEDADES PROFESIONALES
Universidad de Massachusetts	Centro de Investigación Biomédica Pennington, de la Universidad Estatal de Louisiana	Colegio Americano de Cardiología, Universidad de Toronto
Universidad de Rochester	Consejo de Investigación Médica, Instituto de Tecnología de Georgia	Asociación Nacional de Enfermeras Hispánicas
Universidad de Alabama en Birmingham	Fundación de la Universidad de Washington	Sociedad Americana del Cáncer
Universidad de Minnesota	Centro de Salud Pública y Nutrición	Fundación Nacional para el Centro de Control de Enfermedades
Universidad de California Davis	Instituto Internacional de Ciencias de la Vida (ILSI)	Fundación de Investigación de Diabetes Juvenil
Universidad del Estado de Michigan	Centro Global de Investigación de Diabetes Emory	Asociación Nacional de Odontología

Universidad de Carolina del Sur	Escuela de Salud Pública Rollins, Universidad Emory	Asociación Americana del Corazón
Universidad Estatal de Louisiana	Consejo Internacional de Información Alimentaria	Asociación Dietética Americana
Fundación de la Universidad de Washington	Instituto Internacional de Ciencias de la Vida de América del Norte	Academia de Ciencias de Nueva York
Instituto de Tecnología de Georgia		Sociedad Americana de Nutrición
Universidad de Toronto		Consejo Americano de Ciencia y Salud Academias Nacionales de Ciencias y Medicina Academia Nacional de Ciencias Fundación del Instituto de Tecnólogos de Alimentos

Fuentes consultadas

- Nestle, Marion. (2018). *Unsavoury Truth. How Food Companies Skew the Science of What We Eat*. Nueva York: Basic Books, Hachette Book Group.
- Barlow, P., Serôdio, P., Ruskin, G., et al. (2018). Science organisations and Coca-Cola's 'war' with the public health community: insights from an internal industry document. *J. Epidemiol. Community Health* 72:761-763. Disponible en: <https://jech.bmj.com/content/72/9/761>, consultado 27-01-2020.
- O'Connor, Anahad. (2015, 20 de agosto). Anahad O'Connor, Coca-Cola financia a científicos que buscan explicaciones alternativas para la obesidad, *New York Times*. Disponible en: www.nytimes.com/es/2015/08/20/espanol/coca-cola-financia-a-cientificos-que-buscan-explicaciones-alternativas-para-la-obesidad.html, consultado 27-01-2020.
- Ansede, Manuel. (2018, 12 de septiembre). Coca-Cola ha pagado ocho millones de euros a asociaciones médicas y científicas en España, *El País*. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2018/09/07/ciencia/1536332059_096535.html, consultado 26-01-2020.

- Coca-Cola. (2019, 30 abril). Actividades de colaboración y de ayudas a la investigación. Disponible en: www.cocacolaespana.es/historias/actividades-colaboracion-ayudas-investigacion, consultado 25-09-2019.
- Rey-López, J. P., y González, C. A. (2019, octubre). Asociaciones de investigación entre Coca-Cola y organizaciones de salud en España. *Eur. J. Salud Pública* 1; 29 (5): 810-815. Disponible en: www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/30169613, consultado 25-09-2019.
- Correo de M. Knowles a A. Malaspina, 23-02-2015. Estados Unidos: U.S. Right to Know. Disponible en: <https://usrtk.org/wp-content/uploads/2017/08/Knowles-email.pdf>, consultado 29-01-2020.
- Sacks, Gary; Swinburn, Boyd A.; Cameron, Adrian J., y Gary Ruskin. (2018). How food companies influence evidence and opinion – straight from the horse's mouth. *Critical Public Health* 28:2, 253-256. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/09581596.2017.1371844>, consultado 29-01-2020.
- VSF Justicia Alimentaria Global (2015). *Confíad en mí. Puertas giratorias, conflictos de intereses y amistades peligrosas entre la industria alimentaria y los organismos de salud*. España: VSF Justicia Alimentaria Global. Disponible en: https://justiciaalimentaria.org/sites/default/files/docs/informe_lobby_lobo.pdf, consultado 11-01-2020.
- Guzmán, Javier. (2018, 20 de septiembre). La corrupción más sofisticada de los lobbies alimentarios. *Nuevatribuna.Es*. Disponible en: www.nuevatribuna.es/articulo/salud/corrupcion-glyphosate-monsanto-alimentacion-salud/20180920104242155795.html, consultado 06-08-2019.
- Carta de Thilo Bode y Oliver Huizinga, de Foodwatch, dirigida a Muhtar Kent, de Coca-Cola Company. (2015, 16 de octubre). España: Gastronomía & Cía. Disponible en: https://gastronomiaycia.republica.com/wp-content/uploads/2016/04/carta_a_cocacola.pdf, consultado 04-02-2020.
- Coca-Cola Journey. (2016, abril). Notre soutien aux activités dans les domaines de la nutrition et de l'activité physique 2010-2015. España: Gastronomía & Cía. Disponible en: https://gastronomiaycia.republica.com/wp-content/uploads/2016/04/lista_subvenciones_coca_cola.pdf, consultado 04-02-2020.
- Horel, Stéphane. (2019, 8 de mayo). Enquête sur la science sous influence des millions de Coca-Cola. *Le Monde*. Disponible en: www.lemonde.fr/planete/article/2019/05/08/enquete-sur-la-science-sous-influence-des-millions-de-coca-cola_5459509_3244.html, consultado 04-08-2019
- Crespo, Francisco. (2016, 23 de diciembre). Nuestro Compromiso con la Transparencia, Industria Mexicana de Coca-Cola. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/transparencia, consultado 5-08-2020.
- Coca-Cola México. (2016). Nuestro Compromiso con la Transparencia, Apoyos a Proyectos de Investigación. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/transparencia/apoyos-a-proyectos-de-investigacion, consultado 5-08-2020.
- Coca-Cola Journey Argentina. (2018, 21 de septiembre). Nuestro compromiso con la transparencia. Disponible en: www.cocacoladeargentina.com.ar/packages/transparencia, consultado 04-02-2020.
- ExpokNews. (2012, 23 de agosto). Suma Fundación Coca-Cola donativos por \$8.1 millones a proyecto de investigación para el tratamiento de diabetes en la UNAM. México: ExpokNews. Disponible en: www.expoknews.com/suma-fundacion-coca-cola-donativos-por-8-1-millones-a-proyecto-de-investigacion-para-el-tratamiento-de-diabetes-en-la-unam/, consultado 30-09-2019.
- Facultad de Química, UNAM. (2017, 14 de agosto). Recibe la FQ donativo de Fundación Coca-Cola para conformar la Genoteca Indígena. México: UNAM. Disponible en: <https://quimica.unam.mx/recibe-la-fq-donativo-de-fundacion-coca-cola-para-conformar-la-genoteca-indigena/>, consultado 30-09-2019.
- Redacción Aristegui Noticias. (2014, 9 de noviembre). La casa blanca de Enrique Peña Nieto. Disponible en: <https://aristeguinoticias.com/0911/mexico/la-casa-blanca-de-enrique-pena-nieto/>, consultado 28-07-2020.
- Secretaría de la Función Pública. (2017). *Guía para Identificar y Prevenir Conductas que Puedan Constituir Conflicto de Interés de los Servidores Públicos*. México: SFP, Unidad Especializada en Ética y Prevención de Conflictos de Interés. Disponible en: www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/188012/GUIA_CONFLICTO_DE_INTER_S_UUEPCI_2_.pdf, consultado enero, 2020.

- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2017). *Estudio sobre la integridad en México, aspectos claves*. Disponible en: www.oecd.org/gov/ethics/estudio-integridad-mexico-aspectos-claves.pdf, consultado enero, 2020.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2019). *Informe de Seguimiento del Estudio de la OCDE sobre Integridad en México. Respondiendo a las Expectativas de los Ciudadanos*. Disponible en: www.oecd.org/gov/integridad/informe-seguimiento-estudio-sobre-integridad-mexico.pdf, consultado enero, 2020.
- Premio de Investigación en Biomedicina Dr. Rubén Lisker, Academia Mexicana de Ciencias, Instituto de Bebidas Coca-Cola. (2020). Premios anteriores. Disponible en: www.premiorubenlisker.mx/premios-antteriores.html, consultado enero, 2020.
- Coca-Cola México. (2019, 30 de septiembre). ¡También apoyamos la investigación biomédica! Todo sobre el premio Rubén Lisker. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/historias/Premio-Lisker, consultado enero, 2020.
- Academia Mexicana de Ciencias. (2020). Página de inicio. Disponible en: <https://amc.edu.mx/amc/index.php>, consultado enero, 2020.
- Academia Mexicana de Ciencias. (2020). Premios. Disponible en: https://amc.edu.mx/amc/index.php?option=com_content&view=article&id=73&Itemid=60, consultado enero, 2020.
- Coca-Cola México. (2015, 6 de diciembre). ¡Cuéntame más de ti Santa! Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/historias/cuentame-mas-de-ti-santa, consultado 27-01-2020.
- Calvillo, Alejandro. (2020, 8 de enero). “Niños comiendo porquería, desde Nepal hasta México”. México: POPLAB, Periodismo y Opinión Pública. Disponible en: <https://poplab.mx/column/EIPoderdelConsumidor/NioscomiendoporqueriadesdeNepalhastaMexico>, consultado 08-02-2020.
- Calvillo, Alejandro. (2019, 27 de noviembre). “Nestlé & Co. unidos para abusar de los niños”. México: POPLAB, Periodismo y Opinión Pública. Disponible en: <https://poplab.mx/column/EIPoderdelConsumidor/NestleCounidosparaabusardelosnios>, consultado 27-09-2019.
- INSP. (2014, 11 de noviembre). La carga de la enfermedad y muertes atribuibles al consumo de bebidas azucaradas en México. Conferencia de prensa. Disponible en: <https://www.insp.mx/epppo/blog/consumo-bebidas-azucaradas.html>, consultado 25-05-2020.
- Mozaffarian, Dariush. (2014, 11 de noviembre). Global Burden of Disease Attributable to Sugar Sweetened Beverages. Conferencia de prensa. México: INSP. Disponible en: https://www.insp.mx/resources/images/stories/INSP/evidencia/docs/141120_mortalityConference.pdf, consultado 25-05-2020.
- Coronado, Sonia. (2019, 6 de marzo). Gracias a México, Coca-Cola es la que más refrescos vende. *El Financiero*. Disponible en: www.elfinanciero.com.mx/monterrey/gracias-a-mexico-coca-cola-es-la-que-mas-refrescos-vende, consultado 05-02-2020.
- Amador Octavio, y González, Luis Miguel. (2016, 6 de junio). México, estratégico para Coca-Cola. *El Economista*. Disponible en: www.economista.com.mx/empresas/Mexico-estrategico-para-Coca-Cola-20160607-0021.html, consultado 05-02-2020.

REGULACIONES: LOS PASOS PERDIDOS

DE LA CANDIDEZ AL DESENGAÑO

Dejar atrás la ingenuidad para darse cuenta de que las cosas no son como se piensa depende unas veces del tiempo y otras de las circunstancias. Nosotros, por ejemplo, a partir de que investigamos cómo se produce en el campo y en la industria de ultra-procesados lo que comemos, empezamos a abrir los ojos, a descubrir la red de artimañas usadas durante años por las corporaciones para secuestrar el valor de uso de los alimentos, reduciéndolos a simples mercancías e imponiendo a nuestra supervivencia el valor económico.

Algo parecido ocurrió en la fluida relación que todavía en la primera década de este siglo hubo entre la industria de alimentos y bebidas y los profesionales de la salud, la cual comenzó a agrietarse a partir de que la obesidad y la diabetes ingresaron en la agenda pública y empezaron a instrumentarse medidas de control y prevención. Las grietas se profun-

dizaron cuando la realidad demostró que las campañas de salud centradas en educar y orientar a las personas sobre una alimentación saludable y cambios en los estilos de vida no bastaban para abatir este problema, sino que también era imprescindible modificar el entorno obesogénico, que no sólo afecta la salud, sino además el desarrollo económico y social del país.

Por muchos años, la relación entre los profesionales de la salud y la industria fue viento en popa. Como parte de su estrategia comercial, las empresas apoyaban la lucha contra la desnutrición e impulsaban encuestas, programas de actividad física, capacitación, etc. Van unos cuantos ejemplos. Nestlé ha instrumentado distintas acciones: becas para especialidades (pediatría, medicina general y familiar, enfermería y nutrición) y desarrollo de proyectos; el Fondo Nestlé para la Nutrición, el Premio Nestlé en Nutrición y la Conferencia Nestlé; libros, boletines y una revista, así como congresos y foros.

Coca-Cola, por su parte, creó el Instituto de Bebidas para la Salud y el Bienestar y patrocina los premios Lisker y el de ciencia y tecnología de alimentos. Y la sede del International Life Sciences Institute (ILSI) en nuestro país editó en 2002 *Pautas para la orientación alimentaria en México*, con la participación de más de siete instituciones académicas y de salud nacionales, que obedecía a la intención de “emitir una herramienta útil y sintética para las instituciones públicas y privadas que se ocupan de la orientación alimentaria. En este sentido, la industria alimentaria juega un papel relevante para llevar a cabo tales tareas en los centros de consumo, además de utilizar con ese fin los materiales de empaque, así como la publicidad”.

Lo dicho, la relación fluía sin tropiezos. Incluso la presidenta científica del ILSI México era la doctora Nimbe Torres y Torres, nivel III del Sistema Nacional de Investigadores, adscrita desde 2009 al Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán, con líneas de investigación en nutrigenómica, nutrigenética y microbiota en diferentes enfermedades relacionadas con la nutrición (obesidad, síndrome metabólico y diabetes). Entre los miembros de la sede en nuestro país del ILSI estaban Bimbo, Danone, Kellogg's, Kraft Foods, Mars, Nestlé, PepsiCo, Coca-Cola y Monsanto.

Como mencionamos en el capítulo primero, ILSI México cerró sus puertas después del simposio “Evidencia actual en edulcorantes y salud”, al que convocó con el objetivo de “examinar la evidencia científica, innovaciones y rol de estos endulzantes en el estilo de vida saludable de las personas”, con la participación de profesionales de alto nivel en salud y seguridad alimentaria del mundo. En él pretendía demostrar, con académicos financiados por la industria, que no existe relación entre las bebidas endulzadas y la obesidad y la diabetes, con el fin de descarrilar el impuesto al refresco.

Entre los invitados de lujo se encontraba el doctor James M. Rippe, fundador y director del Rippe Lifestyle Institute, el cual se embolsó 10 millones de dólares de financiamiento de la Corn Refiner’s Association (que agrupa a productores de jarabe de maíz de alta fructosa) para publicar artículos en los que se asegura que el consumo de dicho edulcorante no aumenta el riesgo de sufrir enfermedades cardiovasculares.

Hagamos un breve recuento histórico para tener claro el contexto y el proceso en el que se fue tensando cada vez más el trato entre los profesionales de la salud y la industria.

En 2002, se visibilizaron los alcances de la dieta y la nutrición en las enfermedades crónicas gracias a los reportes de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Dos años después, la OMS lanzó la Estrategia Global sobre Régimen Alimentario y Actividad Física, que llamaba a todos los países a establecer la obesidad como un problema prioritario y proponía “disminuir el consumo de azúcares, grasas y sodio, reducir la densidad energética de la dieta (excluyendo bebidas), aumentar el consumo de frutas, vegetales y fibra, promover el consumo de agua simple y aumentar la actividad física”.

En nuestro país, desde la segunda Encuesta Nacional de Salud Pública a finales de los años noventa del siglo pasado, ya se había documentado un incremento acelerado del sobrepeso y la obesidad (de los más rápidos a escala mundial), y para 2006 la tendencia en el aumento ya resultó alarmante. Al confrontar los resultados de estudios clínicos, epidemiológicos y experimenta-

les, junto con los datos derivados de encuestas nacionales, se reafirmaron como factores fundamentales las distorsiones en la dieta y los cambios en los estilos de vida: disminución en el consumo de frutas, verduras, tortillas y cereales de grano entero, en contraste con el incremento de refrescos y de comestibles ultraprocesados, así como la baja actividad física.

México adoptó la Estrategia Global sobre Régimen Alimentario y Actividad Física de la OMS, y la obesidad ingresó a la agenda de salud pública como un reto fundamental en el que la investigación aplicada, la documentación epidemiológica y la evaluación de las políticas constituían las herramientas fundamentales para enfrentarlo.

El paso inicial en este camino se orientó hacia las bebidas con azúcares agregados, y entonces surgió la primera gran fisura entre la industria de alimentos y los profesionales de la salud. Sabíamos que el consumo de estas bebidas en México es de los más elevados en el mundo, pero desconocíamos que su incremento no tiene precedente en la historia mundial, pues se duplicó de 1999 a 2006 en todos los grupos de edad. Sin duda, este exceso de calorías ha contribuido sensiblemente al desarrollo de la obesidad en nuestro país.

En 2008, un grupo de expertos de alto nivel, coordinado por el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), presentó las recomendaciones de bebidas para una vida saludable como complemento del Plato del Bien Comer, basándose en que el agua potable satisface prácticamente todos los requerimientos de líquidos de los individuos sanos y en que las bebidas con azúcares agregados “tienen poca capacidad de saciedad e implican una pobre compensación dietética”. Los autores concluían que “si para resolver el problema [de la obesidad] debe reducirse el consumo de energía, la disminución del consumo de estas bebidas debe ser parte de la solución”.

Las recomendaciones de hidratación podían distinguirse en la imagen de una jarra dividida en las cantidades adecuadas para cada una de las diferentes bebidas. Fue entonces cuando las empresas de alimentos mostraron su verdadera cara, echando mano de la profusión de declaraciones, una de las estrategias probadas

internacionalmente por las industrias tabacalera, farmacéutica y alimentaria: “no existen alimentos malos ni buenos, sino dietas de buena y mala calidad”; “la población puede tomar la bebida que quiera, siempre y cuando mantenga un peso saludable y practique actividad física”.

Las refresqueras no cesaban de argumentar que en la jarra las bebidas se jerarquizaban por sus “atributos negativos”; se obviaban “las funciones y nutrimentos que brindan”; no se consideraban los “hábitos y preferencias de la población” ni que “en ocasiones, las bebidas compensan carencia de alimentos”.

Los argumentos de las corporaciones de bebidas azucaradas trascendieron a medios impresos, foros científicos y legislativos, además pusieron la cereza al pastel, al apelar a otra de las estrategias probadas: el cabildeo con autoridades. Así definitivamente se obstaculizó la campaña de difusión de la Secretaría de Salud. El doctor Simón Barquera, director del Área de Investigación en Políticas y Programas de Nutrición del Centro de Investigación en Nutrición y Salud del INSP, nos resume qué pasó: “La jarra del buen beber era un postercito, del que se mandaron a hacer cientos de miles de copias para ponerse en los centros de salud... Ya estaba todo listo, pero seguramente alguien de la industria llegó a un acuerdo al más alto nivel, porque de repente le dijeron al secretario de Salud: ‘para eso’, y se paró... Era nada más una jarra diciéndole a la gente ‘lo que debes de tomar es agua’ y no les gustó. Luego la pusieron en los libros de texto”.

Ya para esas alturas era más obvio que los objetivos de salud pública no sólo no coincidían, sino que se oponían a los de la industria. Se pasó de la candidez al desengaño. Precisamente a ello se refiere el doctor Abelardo Ávila, investigador de Ciencias Médicas del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán: “El desencanto se desató con las recomendaciones sobre hidratación que presentó el Instituto Nacional de Salud Pública en la ‘jarra del buen beber’. Coca-Cola contrató a varios investigadores, quienes a través del ILSI lanzaron la contraofensiva para desacreditarlas”. Añade que hubo un intercambio polémico en la revista *Salud Pública de México* entre el artículo que fundamentaba las evidencias y los cuestionamientos de la industria.

La Secretaría de Salud tomó cartas en el asunto y designó un comité de expertos como responsable de identificar las evidencias disponibles para la prevención y control de la obesidad, integrado por un grupo académico multidisciplinario, que con base en sus hallazgos elaboró el documento *Prevención de la obesidad y las enfermedades crónicas. Una política de Estado, énfasis en el componente alimentario*. “En él se exponía que el problema tendía a una catástrofe epidemiológica y financiera del sector salud y económica del país en su conjunto, y dada esa magnitud el Estado estaba obligado a intervenir diseñando una política”, revela el doctor Abelardo Ávila y precisa:

—De hecho, circuló como documento confidencial, pues nunca salió a la luz pública; fue vetado por la industria, con toda esa capacidad que tiene de enorme cabildeo [...] Desde Fox están en el núcleo, controlan las políticas de salud; o sea, todos los secretarios y funcionarios de salud a partir del 2000 salieron de la Funsalud [...] Ese documento se sustituyó por otro muy anodino, el Acuerdo Nacional por la Salud Alimentaria. O sea, de una estrategia nacional de combate y política de Estado, se pasó a un acuerdo... Y por ahí se fue la estrategia y salió el “chécate, mídete y muévete”.

Para el doctor Ávila, ese momento reveló una escisión entre los profesionales de la salud: “Me sorprendió que un grupo de investigadores de las instituciones académicas, afortunadamente mayoritario, nos orientáramos hacia una visión crítica y objetiva, a pesar de que traíamos una tradición no muy buena de compromisos o rupturas con la industria”.

En el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria (ANSA): Estrategia contra el Sobrepeso y la Obesidad, presentado en 2010, durante el sexenio de Felipe Calderón, intervenían 17 dependencias gubernamentales que se planteaban fomentar la actividad física, dar mayor acceso al agua simple, disminuir el consumo de azúcar y grasas e incrementar el de frutas, verduras, leguminosas y cereales, y ofrecer un etiquetado útil y de fácil comprensión para tomar decisiones informadas, entre otros objetivos.

“A mí me tocó negociar el famoso ANSA con la industria, que participaba porque implicaba acuerdos que ella misma de-

bería de acatar. Se negoció muy tortuosamente con el Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo (ConMéxico), porque había una decisión de no avanzar, de tal manera que se aprobó en el último año de la administración y eso lo debilitó mucho en términos de su permanencia”, nos comenta el doctor Mauricio Hernández, en aquel entonces subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud de la Secretaría de Salud y actual director de Prestaciones Económicas y Sociales del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

La mayoría de las iniciativas en el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria se orientaba a conductas individuales, y la industria de alimentos y bebidas antepuso sus intereses para frenarlas o modificarlas a su conveniencia, argumentando el derecho a la libertad de decidir. “Al final es el individuo el que toma la decisión, una decisión manipulada. Es la esclavitud plena al consumo, donde el individuo es obligado de mil formas a consumir. Lo importante es educar, informar y para eso nadie mejor que la industria, porque ella es la más interesada en que la población esté sana”, ironiza el doctor Ávila.

La fractura inevitable afloró en 2010 dentro del marco de los lineamientos para la venta de alimentos y bebidas en los planteles de educación básica, elaborados por las secretarías de Salud y de Educación Pública, con la cooperación técnica del INSP. Las alianzas que en nuestro país ha tejido la industria con instituciones y funcionarios gubernamentales posibilitaron su participación durante el diseño de los lineamientos. Si bien no pudieron impedir que los refrescos salieran de las escuelas, lograron que néctares, jugos de soya y yogurts líquidos, productos con altas cantidades de azúcar, permanecieran al alcance de los escolares. Asimismo, aceptaron reducir gradualmente el tamaño de las porciones y el contenido de sodio, azúcar y grasa en botanas, pastelillos y postres: así inundaron las escuelas de *chatarritas*.

A fin de calibrarlo, aquí resaltamos uno de los argumentos que esgrimió la Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas (ANPRAC) contra los lineamientos, manifestado en una de las 3 mil cartas que recibió la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (Cofemer): “El sabor dulce es inherente a la

alimentación humana [...] en el útero, el feto se encuentra rodeado del dulce líquido amniótico, por lo tanto, no es de sorprender que la preferencia por lo dulce continúe hasta la adultez”.

Resultó paradójico que la Cofemer solicitara mayor evidencia científica sobre los efectos de los productos –sustentada por cierto en resultados de investigaciones de expertos nacionales e internacionales y respaldadas por la Organización Panamericana de la Salud (OPS)– y no les pidiera a los grupos de la industria que demostraran las consecuencias económicas negativas que objetaban.

Otras iniciativas planteadas en el ANSA que se puntualizaron en “Políticas de salud para la prevención de obesidad y enfermedades crónicas” eran: desarrollar un sistema de etiquetado de alimentos fácil de comprender, controlar la publicidad e instaurar un impuesto a las bebidas azucaradas. Lejos de prosperar esas propuestas, como se esperaba, en respuesta

Diversas corporaciones intensificaron la promoción de bebidas azucaradas, proliferó la creación de institutos de bebidas o de nutrición, quienes publicaban mensajes contrarios a la recomendación de expertos, se permitió que la industria implementara un código de autorregulación de publicidad (PABI) y se mantuvo un etiquetado frontal en productos alimenticios voluntario y diseñado por la industria conocido como Guías Diarias de Alimentación o GDA.

El doctor Mauricio Hernández amplió nuestra mirada en torno a uno de los puntos débiles de las políticas públicas en nuestro país, “la autoevaluación, porque conlleva situaciones de conflicto de interés. El encargado de operar la política pública es al mismo tiempo quien debe evaluarla, y ahí se cae en un conflicto de interés: yo opero la política pública y me evaluó, entonces no me voy a aplicar el *harakiri*. Hay que separar las áreas de evaluación de las áreas de operación. Alguien externo debe evaluar”.

Precisamente por eso juzgamos muy saludable que El Poder del Consumidor haya evaluado el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria: nació débil y fracasó frente a un problema tan

complejo, porque partió del principio de buena voluntad, no fue obligatorio, careció de sanciones y recursos, y las dependencias gubernamentales fueron las primeras en no cumplir sus compromisos. “Pueden identificarse un par de iniciativas, de ‘avances’ (desayunos escolares del DIF y lineamientos para alimentos y bebidas en escuelas de la SEP); sin embargo, frente a la dimensión del problema, éstos no son suficientes”.

ACOTANDO VERICUETOS

A partir de que la obesidad adquirió un lugar prioritario en la agenda pública, la escisión entre los profesionales de la salud y la industria, generalmente en contubernio con las autoridades, ha resultado un proceso tortuoso y muy desgastante.

El doctor Simón Barquera nos relata cómo lo vivió y nos ofrece una visión en perspectiva: “Hace 20 años, cuando empecé a trabajar sobre políticas de prevención y combate a la obesidad, no tenía claro cuál era el problema ni sus causas”. Pero en el momento en que el enfoque se orientó en tratar de “modificar el entorno que tiene que ver con esas causas fue cuando comprendí la importancia de los conflictos de intereses”. Participó en la elaboración de las bases técnicas del Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria y “fue cuando empezamos a ver una interferencia de la industria muy preocupada por sus intereses económicos. Su respuesta fue apabullante”, pues prácticamente nunca se logró aplicar el Acuerdo y mucho menos aprobar una ley y una política integral para prevención de la obesidad. “La industria paralizó todo en el sexenio de Calderón y empezamos a ver que debíamos ir por nuestro lado”.

Con Peña Nieto, lamenta Barquera, hubo aún mayor interferencia de la industria, “y así pasaron otros seis años de no lograr nada en la lucha contra la obesidad. Entonces aprendimos a tomar distancia, y eso es bien importante”.

Finalmente, en 2013 el gobierno federal lanzó la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes, que descartó la participación multisectorial,

volvió a privilegiar las campañas de orientación a los individuos sobre hábitos saludables, cuya efectividad ha demostrado ser marginal, y destacó como prioridades nacionales la regulación del etiquetado, la publicidad e imponer medidas fiscales.

En cuanto a la regulación del etiquetado y la publicidad, por una parte, se impusieron las Guías Diarias de Alimentación a pesar de ser ininteligibles y exceder bastante, en algunos ingredientes, el límite máximo recomendado por la OMS; y por la otra, la industria estableció sus propios criterios de marketing dirigidos a menores de 12 años, sin incluir radio, internet, videojuegos ni celulares, dejando fuera la publicidad en empaques, centros de venta y espectaculares, y sin regular horarios ni programas de mayor audiencia infantil.

En el caso de las medidas fiscales, se aceptó un impuesto de 10% en bebidas azucaradas y productos altamente calóricos, a fin de reducir su consumo, lo que generó un gran apoyo de las organizaciones de la sociedad civil, la academia y las sociedades médicas preocupadas por la epidemia de obesidad en el país.

Rememora Barquera: “A pesar de que se tomaron las bases del Acuerdo que nosotros proponíamos, en 2014 se generó una cosa que llamaron el Observatorio Mexicano de Enfermedades Crónicas no Transmisibles, el OMENT, que siguió el mismo sistema de retrasar, negar, dividir las opiniones...”. Supuestamente, su objetivo era monitorear y evaluar el grado de cumplimiento de las metas de la Estrategia nacional para la prevención y el control del sobrepeso, la obesidad y la diabetes, así como difundir sus principales avances.

El diseño del Consejo Asesor del OMENT corrió a cargo de la Secretaría de Salud, que marginó a las organizaciones de consumidores que más habían luchado por las iniciativas de regulación, codo a codo con el grupo de académicos que proporcionaron las evidencias científicas; en cambio, le abrió la puerta a las asociaciones, institutos y cámaras vinculadas estrechamente con la industria de alimentos y bebidas. De esta manera, en el Observatorio se cocinó el caldo de cultivo donde las corporaciones y sus organizaciones ponían los ingredientes para ir sazizando los conflictos de intereses.

La lección aprendida por los académicos: blindar la toma de decisiones en salud de los intereses comerciales.

Sin duda, no ha sido nada sencillo para investigadores, académicos, funcionarios y organizaciones de la sociedad civil echar a andar las iniciativas que se han propuesto para abatir la obesidad, pues el bloqueo coordinado por las cámaras de la industria las ha impedido y retrasado. Basta recordar algunos de los ejemplos ya mencionados: la regulación para prohibir y sancionar la venta de comida chatarra en las escuelas primarias y asegurar el acceso a agua potable no se ha cumplido de manera eficiente, como lo reporta una investigación de El Poder del Consumidor; el impuesto progresivo a los refrescos para desincentivar su consumo, que subiría del 10% inicial al 20%, tampoco se ha cumplido. Respecto a un nuevo sistema de etiquetado de alimentos y bebidas, todo quedó en suspenso al abrirse un largo compás de espera.

Este breve recuento nos permite constatar lo exitosa que hasta ahora ha resultado la estrategia de generación de ignorancia a través de diferentes tácticas, así como mediante distintas alianzas y argucias. Gracias a todo ello, la industria de alimentos y bebidas ha logrado impedir la formulación de políticas públicas en torno a la obesidad, la diabetes y otras enfermedades no transmisibles relacionadas con el consumo de comestibles ultraprocesados y bebidas azucaradas. Uno de sus argumentos más reiterados: la pérdida tanto de inversiones como de empleos, lo que inevitablemente afectará la economía del país.

Por ello resulta imprescindible liberar a la investigación en salud y nutrición de conflictos de interés (CDI) y evitar la participación abierta o enmascarada de la industria de alimentos y bebidas en la toma de decisiones. Algo en lo que recurrentemente han insistido los investigadores del INSP: “regular las relaciones en las que se presenta el CDI entre los actores con influencia en la toma de decisiones en el sector salud, contexto en el que las políticas públicas deben estar basadas en evidencia científica libre de influencia comercial”.

Los autores del artículo “El conflicto de intereses en las políticas públicas de prevención y control del sobrepeso y la obesidad” admiten, además, que estos conflictos en la esfera científica

y académica han transitado por un largo camino, documentado por diversos “estudios sobre el papel que desempeña el sector comercial en el financiamiento a científicos y académicos que producen evidencia favorable a los posicionamientos de la industria”, como veremos a profundidad en el siguiente capítulo.

Abelardo Ávila plantea como un hito lo ocurrido con las recomendaciones de la jarra del bien beber para una hidratación:

—Fue interesante ver cómo movieron las piezas en la Fundación Mexicana para la Salud, a fin de alinearla en contra del grupo del INSP. Ahí empezó lo que ahora llamamos conflicto de intereses. De hecho, antes de eso, ese término no figuraba porque no había conciencia, pues prevalecía una especie de inercia de colaboración. Parecía muy natural que la industria apoyara. Era una fuente de financiamiento aparentemente inocuo, y era algo establecido con los investigadores de salud, médicos, nutriólogos y sociedades profesionales. Se hacía con una candidez impresionante. Además, ésa era la forma de acceder a fondos y las sociedades podían organizar congresos, publicaciones, viajes, turismo internacional, y eso se hizo un hábito.

Sin embargo, en México el conflicto de interés aún es un campo de estudio joven, aunque investigadores, periodistas y organizaciones ciudadanas, ya han producido trabajos que además de indagar el contexto internacional de esta problemática, exploran algunas cuestiones que se han presentado en el país con motivo de los intentos de diseñar políticas públicas para prevenir y controlar la obesidad y el sobrepeso.

Es el caso de Simón Barquera, quien documentó dos asuntos de conflicto de interés en nuestro país: uno sobre el desarrollo de la Estrategia Nacional de Prevención y Control de la Obesidad y la Diabetes en México (2013), y el otro acerca del sistema de etiquetado de alimentos. Dejemos que sea él quien nos relate lo sucedido:

—Publicamos los artículos en dos capítulos de un libro inglés que registra conflictos de intereses en muchos países. Era algo muy delicado y tan poco común hablar de conflicto de interés en la administración pasada. El caso fue de interés de la Federación Mundial de Obesidad y del director de políticas de esta

Federación, Boyd Swinborn, y escribimos con él sobre la Estrategia Nacional. Documentamos dos conflictos de interés en este libro y así quedaron registrados para la historia, como casos ejemplares de interferencia de la industria en las políticas públicas contra la obesidad.

Evidentemente, el conflicto de intereses es un asunto complejo y toca fibras muy sensibles. En este tema no siempre resulta sencillo juzgar una situación concreta porque las fronteras entre lo éticamente debido y lo indebido suelen ser difusas por el contexto, por usos y costumbres, e incluso en ocasiones por cierto grado de inconciencia o ingenuidad. Además, recibir financiamiento de una empresa para una investigación no implica necesaria y forzosamente caer en la trampa del conflicto de intereses, ni que ineludiblemente los resultados favorecerán a quien pone el dinero; pero debe tenerse claro como el agua que, en tales circunstancias, de no precisarse los alcances, compromisos y condiciones del financiamiento, se corre ese riesgo, por mucha honestidad que se ponga en juego.

Pese a la complejidad y dificultad del tema –o precisamente por eso mismo–, estamos convencidos de que es fundamental analizarlo, desmenuzarlo, discutirlo y difundirlo todo cuanto sea posible en universidades y centros de investigación, en sociedades profesionales y organizaciones ciudadanas.

Como punto de partida, las industrias se valen de la inconciencia o ingenuidad de investigadores y académicos para llevar agua a su molino, lo que Marion Nestle llama la influencia inconsciente, que ejercen a través de pequeños regalos, patrocinios a congresos, pagos de hoteles e invitaciones a comer o a cenar y demás. Se ha documentado en el caso de la industria farmacéutica que una simple invitación a comer o cenar por parte de una empresa puede sesgar la opinión del invitado para favorecer los intereses de quien lo invita, aunque esto aplica para todas las industrias.

Un estudio transversal, realizado en Estados Unidos con más de 200 mil médicos, entre 2013 y 2015, “asoció la recepción de comidas patrocinadas por la industria [farmacéutica] con una mayor tasa de prescripción del medicamento de marca pro-

mocionado en relación con las alternativas dentro de la clase de medicamentos. Los hallazgos representan una asociación, no una relación de causa y efecto”.

En síntesis, quienes fueron invitados por la industria farmacéutica a una sola comida con un costo de alrededor de 20 dólares prescribieron en mayor medida los medicamentos de marca, y si recibieron invitaciones adicionales y más costosas, aumentaron aún más las prescripciones del medicamento promovido. Incluso en un solo hospital se identificó que “la exposición a comidas patrocinadas se ha asociado con un mayor uso en toda la clínica del medicamento promovido” y con solicitudes para agregarlo al cuadro de medicinas.

Se trata de un camino ya bastante conocido y recorrido, en efecto, por la industria farmacéutica y la comunidad médica. En contraste, está costando mucho trabajo empezar a andar ese sendero en lo concerniente a la industria de alimentos y bebidas y la comunidad científica en el campo de la salud, la nutrición, la pediatría y la ciencia de los alimentos. ¿Por qué tantos tropiezos y desencuentros? Veamos lo que está en juego.

En el capítulo dedicado a tratar este asunto dentro del libro *La obesidad en México, estado de la política pública y recomendaciones para su prevención y control*, sus autores responden a la pregunta “¿Por qué es relevante hablar de conflicto de intereses en las políticas de prevención y combate a la obesidad?” de la siguiente manera:

La salud debería ser un tema central en las agendas públicas. En las últimas décadas se han acumulado experiencias sobre el papel que ha desempeñado el sector comercial en las decisiones de política pública y en la evidencia científica que las informa. Lo anterior hace relevante y urgente hablar de conflicto de interés en las políticas de salud.

Martín Lajous concuerda plenamente con esta afirmación porque “ha habido ejemplos de una estrategia muy dirigida de la industria alimentaria para alterar resultados de investigación en salud y, además, afectar cómo se interpretan éstos. El ejemplo más

conocido sucedió hace unos años con la Coca-Cola en Estados Unidos –al cual ya nos hemos referido–, y nos habla claramente de una estrategia de la industria para alcanzar sus objetivos, que no necesariamente están alineados con los objetivos de salud”.

Hasta ahora hemos mencionado algunas veces el conflicto de interés, pero aún no lo hemos definido. Aunque hay varias definiciones, nosotros tomamos una de las que anotan los autores del artículo “El conflicto de intereses en las políticas públicas de prevención y control del sobrepeso y la obesidad”, del libro citado líneas arriba: “puede definirse como ‘una serie de condiciones en donde el juicio profesional con respecto a un interés primario (como el bienestar del paciente o la validez de la investigación) tiende a estar indebidamente influenciado por un interés secundario (como el beneficio financiero)’”.

En busca de entender un poco más de acerca del conflicto de interés y cómo se clasifica, consultamos lo que dice la OMS y encontramos que lo divide en dos tipos: institucional y personal (individual). El conflicto de interés institucional se da cuando el interés primordial del Estado, “plasmado en su mandato institucional de proteger y promover la salud pública, puede verse influido indebidamente por el interés... de un agente no estatal... que afecta o pueda percibirse razonablemente que afecta, a la independencia y objetividad de la labor del Estado... en la esfera de la salud pública en materia de nutrición”.

El conflicto de interés personal o individual atañe a funcionarios públicos o a cualquier persona que no pertenezca a la administración pública, pero participe tanto en la formulación de las políticas de nutrición como en la ejecución de los programas y pueda verse envuelta en un conflicto de intereses si un interés personal (financiero, particular o de alguna otra índole no gubernamental) interfiere o parece interferir “con su capacidad para actuar imparcialmente, desempeñar sus funciones o ajustar su conducta exclusivamente en interés de la salud pública en materia de nutrición... La mera percepción de un conflicto de intereses puede crear una imagen negativa”, matiza.

La OMS considera que pueden desencadenarse conflictos de interés cuando en las interacciones de otorgar asesoramiento

o conocimientos técnicos especializados, vinculados con la formulación de políticas o la ejecución de programas de nutrición, participan tanto agentes no estatales –organizaciones no gubernamentales, entidades del sector privado, fundaciones filantrópicas e instituciones académicas– como particulares que actúan a título personal o representando los intereses de cualquiera de las entidades mencionadas.

En esa búsqueda encontramos distintas publicaciones que abordan otros ángulos de este asunto. Incluso los organismos internacionales y los gobiernos han desarrollado lineamientos, leyes, códigos de ética y guías para que funcionarios, supervisores o grupos creados ex profeso puedan prevenirlo e identificarlo, con base en determinadas pautas sobre los límites entre los intereses públicos, que deben proteger a individuos o instituciones, y los privados. Al respecto, la revisión de legislaciones de diferentes países revela que éstas únicamente se centran en el conflicto de tipo individual.

Al doctor José Roldán Xopa le parece que la propuesta de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) es la más avanzada: “Además de ubicar el contexto en el que se puede generar el conflicto de interés, ámbitos privado, público y donde ambos entran en relación, identifica tres tipos: real, aparente y de interés potencial”.

Se sirve de un escenario de examen profesional para ejemplificar: “El conflicto de interés real es cuando dos intereses contradictorios colocan a una persona ante un dilema, en el cual alguno de los dos va a ser afectado. Es el caso de un sinodal que participa en la titulación de su hijo; es decir, ser juez y parte. No hay neutralidad porque en la relación filial siempre va a darse parcialidad y eso tiene consecuencias”. El potencial ocurre ante la posibilidad de que el padre sea parte de los sinodales, pero si hay reglas para impedir que esto pase, entonces él declara este interés y así evita su participación. Y el aparente sucede cuando el sinodal lleva el mismo apellido que el aspirante al título y puede creerse que existe una relación de parentesco, por lo que debe investigarse para determinar si es o no así.

Revisamos también lo que publicó la OMS en 2014 en el *Plan de aplicación integral sobre nutrición materna, del lactante y del niño*

pequeño, en el que instó a los países miembros a comprometerse a “establecer mecanismos eficaces de gobernanza intersectorial” y a dialogar y formar alianzas “con partes nacionales e internacionales [...] para ampliar las acciones en materia de nutrición [que] establezcan mecanismos adecuados de protección contra posibles conflictos de intereses”.

Precisamente esos compromisos fueron retomados por investigadores del INSP, con el propósito de elaborar el *Reporte técnico para abordar y gestionar los conflictos de interés en la planificación y ejecución de programas de nutrición a nivel nacional* (2015), a fin de discutir y plasmar las experiencias mexicana y brasileña. Dos años después, presentaron el *Enfoque para la prevención y gestión de conflictos de interés en el desarrollo de políticas e implementación de programas de nutrición a nivel nacional*, que además de plantear cómo blindar los programas de nutrición contra posibles conflictos de este tipo, proporciona una plataforma “para identificar a los actores externos participantes y los riesgos de conflicto de interés que pudieran representar”.

Si entramos en tanto detalle, que esperamos nos disculpen los pacientes lectores, es porque la industria no se cansa de vociferar que “hace falta evidencia científica”, como si realmente hubiera una conspiración contra ellos en este país, cuando su comportamiento a escala internacional nos permite acotar los recurrentes vericuetos a los que ha apelado para lograr beneficios máximos, independientemente de que sus productos afecten a la salud de la población, con sus correspondientes implicaciones sociales, políticas y económicas.

Para empezar, los investigadores del INSP en “El conflicto de intereses en las políticas públicas de prevención y control del sobrepeso y la obesidad” distinguieron, también, los dos tipos de conflictos (individual e institucional), los ámbitos donde pueden ocurrir (la ciencia y la política pública), así como los actores involucrados (academia, sector gubernamental, organizaciones tanto de profesionales como de la sociedad civil, y las asociaciones y cámaras industriales).

Nos parecen de particular importancia los elementos que, según ellos, deben aplicarse en las guías o lineamientos de las po-

líticas y programas de prevención y control de la obesidad: “definiciones claras y precisas sobre lo que es conflicto de interés; declaración de intereses; conformación de un comité u órgano de gobernanza y mecanismos de gestión”. Para tener mayor claridad, sintetizamos sus planteamientos en el Tabla 2.

Asimismo, consideramos conveniente registrar los retos que exponen para lograr que las políticas de prevención y control de enfermedades no transmisibles sean realmente efectivas y los mexicanos podamos gozar de mejor salud:

- Tener un marco legal en México, considerando la propia Ley General de Salud, que incluya mecanismos para blindar los procesos de política pública de los intereses comerciales, a fin de proteger de su influencia el derecho a la salud;
- Acotar los sesgos a los que son susceptibles los funcionarios públicos;
- Transparentar cada vez más la actuación de las instituciones;
- Avanzar en la profundidad y solidez del debate, garantizando mediante reglas claras que se escuche la opinión de todos los sectores y se privilegie sólo el interés público, y
- Estimular la concientización de la sociedad y de los tomadores de decisiones.

ZONAS DE CONFLICTO

Por recomendación de la doctora Lucero Rodríguez, quien lleva 30 años trabajando en promoción de la salud, examinamos la *Guía para la Prevención, Identificación y Gestión de Conflictos de Intereses (CDI) en las Políticas Públicas Relacionadas con la Prevención y Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes*, que nos proporcionó. Durante la charla que sostuvimos, nos compartió que para ella el conflicto de interés “se da cuando la salud deja de ser el interés prioritario y hay otros intereses que se superponen, generalmente el económico”. Elaborar la Guía les tomó cerca de tres años, porque la mayor dificultad

estuvo en cómo caracteriza la legislación mexicana el conflicto de interés:

—Trabajamos en equipo con Contrapeso, una de las asociaciones civiles que forman parte de la Alianza por la Salud Alimentaria, el Instituto Nacional de Salud Pública y la Secretaría de la Función Pública. En la revisión, vimos que, por la forma en como está concebido, el conflicto de interés en todas las leyes y los reglamentos aplica únicamente a funcionarios públicos. Por eso no es posible decir, por ejemplo, que Nestlé entró en conflicto de interés. Nos planteamos ampliar la definición y establecer reglas claras sin caer en extremos.

En la Guía se define el conflicto de interés como “la posible afectación del desempeño imparcial y objetivo de las funciones de los servidores públicos en el ciclo de las políticas públicas relacionadas con la prevención y control del sobrepeso, la obesidad y la diabetes, en razón de intereses personales, familiares o de negocios”. Para identificarlo exhorta a que se hagan públicas las declaraciones patrimoniales y de conflicto de interés que por ley deben efectuar los servidores gubernamentales.

Asimismo, propone la instrumentación de medidas de prevención que distingan posibles zonas de riesgo, sobre todo en los procesos de política pública, entre los cuales son susceptibles de conflictos de intereses: la determinación de prioridades de las dependencias en la agenda de salud; la creación de lineamientos, acuerdos y normatividad de políticas públicas (el caso del etiquetado y el impuesto, entre otros), y el uso de la evidencia científica (selección de estudios para diseñar, implementar y evaluar las políticas públicas en la materia, que hayan sido aceptados por los comités editoriales y publicados en revistas con ISSN o reconocidas por el Conacyt, o por algún índice internacional de publicaciones en páginas electrónicas).

A fin de cubrir el vacío que hay en la legislación mexicana sobre otros actores potenciales de conflicto de interés, vinculados a esta problemática de salud pública, en la Guía se ensancha esa reducida concepción incorporando *la contraposición de intereses*. Se define este concepto como la “situación en la que los intereses de las empresas, asociaciones civiles, fundaciones, cabilderos, repre-

sentantes, o cualquier persona, moral o física, que represente los intereses de la industria, se opongan a los intereses de salud pública”.

Ejemplifica: una contraposición de intereses puede emerger cuando el Estado busca desincentivar el consumo o la exposición de la población vulnerable a un alimento o bebida, a través de la formulación de etiquetados o la regulación de la publicidad, frente al interés de la industria por promover el consumo de los mismos. En este caso, el interés de la industria (o grupos de interés) de obtener un beneficio económico, social o de reconocimiento, se contrapone al interés de la salud pública.

Y para saber qué hacer ante una situación de contraposición de intereses la Guía sugiere a los servidores gubernamentales, entre otras medidas, tener bien claro el objetivo de salud pública e identificar si las interacciones con la industria son necesarias (sólo cuando se trate de sanciones, solicitudes y permisos, entre otras).

Las innecesarias son “acciones o colaboraciones en las que los intereses económicos de las empresas se contrapongan con el interés superior de la salud de la población”, como en los casos del etiquetado de alimentos, publicidad dirigida a niños; venta de alimentos en escuelas; disponibilidad y acceso al agua potable; campañas de orientación alimentaria; políticas relacionadas con la promoción de la lactancia materna, y regulación de sucedáneos de leche materna.

También se exhorta en la Guía a que todas las personas involucradas en la formulación e implementación de las políticas públicas en salud, al igual que los servidores públicos, presenten su declaración patrimonial y la constancia de sus intereses económicos y financieros, actividades profesionales y empresariales, y fuentes de financiamiento susceptibles de conflictos de intereses. Los académicos, investigadores y consultores, por su parte, deben incluir las fuentes de financiamiento de las investigaciones, y los representantes de las cámaras y confederaciones empresariales, la información relativa a su constitución y fuentes de financiamiento.

De esta manera, no sólo los servidores públicos, sino también todos los que participan en las acciones del combate al sobrepeso y la obesidad deben cumplir con la normatividad, que

busca proteger la salud pública de las influencias comerciales y conflictos de interés.

Sólo así se podrá impedir que las empresas incurran en prácticas que afectan el derecho a la salud porque “socavan la protección a la salud pública, la justicia social y la transparencia en materia de salud”, como aseveró Dainius Puras –relator especial de la ONU sobre el derecho de toda persona al disfrute del más alto nivel posible de salud física y mental–, además de posibilitar que productores y grupos de presión encubran los efectos nocivos de las industrias de alimentos poco saludables, “en particular mediante el patrocinio de investigaciones que minimizan la relación de estos productos con los problemas de salud”.

En ese sentido convendría, como apuntan los investigadores del Instituto Nacional de Salud Pública, “contar con un convenio marco a escala internacional para la prevención y control de enfermedades no transmisibles, en el que se dispongan acciones que imposibiliten a los intereses privados permear en las decisiones de política pública”. Un paquete al que, por el bien de las generaciones presentes y futuras, todos debemos entrarle, fundamentalmente como dice el doctor Abelardo Ávila:

—Cuando vemos el daño a la salud que ha provocado este tipo de intereses, al establecer la comercialización y por lo tanto el consumo de un patrón alimentario tremendamente nocivo para la salud, sobre el que no hay la menor discusión: lo que estamos consumiendo nos está matando, nos está enfermando, además del daño ecológico y de toda una serie de problemas asociados a la fuerza productiva, a las pensiones, a la producción agrícola... Es una cadena de corto circuito que quema a la salud, a la economía y al bienestar de la población. A costa de eso están vendiendo probablemente billón y medio (un millón de millones y medio) de pesos, alrededor de 75 mil u 80 mil millones de dólares al año. Ésa es la magnitud del comercio.

Por todo lo anterior, reiteramos que es muy oportuno introducir en la agenda pública el conflicto de interés, más aún en un escenario como en el que estamos viviendo actualmente, donde ha quedado al descubierto la confrontación entre los intereses de la industria de alimentos y bebidas y el equipo intersectorial

del gobierno federal, con la participación de organizaciones de la sociedad civil. A diferencia de lo ocurrido en el sexenio de Peña Nieto, el Grupo Intersecretarial de Salud, Alimentación, Medio Ambiente y Competitividad ha mostrado decisión para impedir que, por falta de regulación, las empresas continúen provocando con sus productos obesidad y enfermedades no transmisibles.

Estamos absolutamente convencidos de que en la medida en que más se hable y se discuta sobre este asunto, lograremos que en las instituciones y en la sociedad cambien las opiniones y las percepciones que llevan a considerar los conflictos de interés como normales, inevitables y justificados.

Por eso nos interesó rastrear la huella que dejó la vergonzosa historia del conflicto de interés en el etiquetado, tema que fue documentado en 2018 por el doctor Simón Barquera y otros autores en una publicación inglesa; como ya referimos, en ese entonces los directivos del Instituto Nacional de Salud Pública tenían ventilarlo. Por eso decidieron no firmarlo y, además, pidieron omitir el nombre de la institución.

Transitemos por el largo y sinuoso camino que hasta 2020 recorrió el etiquetado de alimentos y bebidas en nuestro país. Como antecedentes, tenemos que la Norma Oficial Mexicana 051 que regula esta materia se aprobó en 1994, entró en vigor en 1996 y permaneció sin modificaciones doce años. Desde 2010 algunas empresas empezaron a utilizar su propio etiquetado, basándose en el sistema de Guías Diarias de Alimentación diseñado por la industria en el Reino Unido e impulsado en nuestro país por ConMéxico.

En 2008, en el documento de circulación restringida *Prevención de la obesidad y las enfermedades crónicas. Una política de Estado, énfasis en el componente alimentario*, se aludía a una intervención regulatoria para el etiquetado de alimentos y bebidas. En 2010, el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria proponía a la industria adoptar un sistema frontal de etiquetas simple, definido por comités de expertos con base en evidencia científica, avalado por el gobierno, que facilitara a los consumidores la elección de productos saludables en el punto de venta, porque las etiquetas GDA adoptadas por la industria no eran útiles para ello. Ese

mismo año se actualizó la norma y se determinó la obligatoriedad de la declaración nutrimental en los productos preenvasados; sin embargo, hay dos cuestiones fundamentales que quedaron sin regular, como se menciona en la revisión del etiquetado frontal:

[...] cómo se debe presentar la información, si ésta debe estar referida al tamaño de la porción, al contenido total por envase o por 100 g o 100 ml. Tampoco está establecido qué nutrimentos se deben considerar en un etiquetado frontal ni las recomendaciones o puntos de corte sobre los cuales deben estar calculados, a pesar de que la OMS ha identificado en su estrategia mundial que los nutrimentos en los que se tiene que enfocar la educación son grasas, azúcares y sodio, además de lo cual debe considerarse la energía total y en algunos casos el contenido de fibra de los alimentos.

Por ese vacío legal, por esa falta de regulación, la norma no estuvo a la altura ni de la exigencia de la problemática de la obesidad ni de la propuesta del Acuerdo Nacional. Ante ello, la Secretaría de Salud encargó a un comité, integrado por científicos de diversos institutos y universidades del país, desarrollar criterios con base en evidencia científica para un sistema de etiquetado útil y de fácil comprensión, a partir de los patrones alimentarios de los mexicanos, a fin de permitir a los consumidores hacer una elección informada sobre los productos.

Apuntan los autores de “La obesidad en México: políticas y programas para prevención y control” que, una vez revisadas las alternativas de etiquetado frontal a escala internacional, el comité coincidió en forma unánime en adoptar un sistema que ayudara a las personas a tomar decisiones saludables durante la selección y compra de los productos.

Incluso se realizó un análisis cualitativo en grupos focales de madres de familia sobre diferentes sistemas de etiquetado frontal: *ranking*, GDA y el semáforo, e incluyeron el de logotipos, pues resumen de manera global el contenido del producto. Sus resultados revelaron que entre los diferentes estratos socioeconómicos el etiquetado más aceptado y mejor comprendido fue el

de logotipos. Asimismo, se demostró que el sistema GDA resulta confuso, difícil de entender.

Estos mismos autores confirmaron, además, que a partir de entonces se congregaron académicos y la industria para abordar cuestiones como la reducción imprescindible de grasa, sodio y azúcar en la dieta; es más, se reunieron funcionarios de alto nivel, tanto de la Secretaría de Salud como de compañías de alimentos y bebidas globales y de su representación en México, con integrantes del comité y se les invitó a apoyar el etiquetado propuesto por la Secretaría de Salud. “Sin embargo, en los siguientes meses un grupo de más de 15 empresas decidió impulsar de manera unilateral en el país el sistema GDA”.

A esto le siguió que en 2011 ConMéxico promoviera entre la industria la adopción voluntaria del etiquetado GDA, en tanto que investigadores del Instituto Nacional de Salud Pública se dieron a la tarea de revisar la literatura sobre el tema, dado que en México se carecía de publicaciones científicas que evaluaran la comprensión de este sistema en sus diferentes dimensiones. También se evaluó la comprensibilidad de las Guías Diarias de Alimentación por parte de estudiantes de nutrición, quienes están más familiarizados e informados sobre cuestiones nutricionales, que la población en general.

Aclararon que “el consumo máximo de los nutrientes que se declaran en porcentajes, conocidos como %GDA, fueron creados por la propia industria de alimentos, obviando los valores de referencia recomendados por la OMS, los valores mexicanos o los del Instituto de Medicina de los Estados Unidos, “por lo que no se recomienda su utilización en políticas de salud pública ni para metas de consumo individual”.

Luego, en los resultados precisaron que “los porcentajes utilizados no hacen distinción entre los límites superiores de consumo seleccionados para azúcares, grasas, grasas saturadas y sodio”. Mientras tanto, en los productos con fibra y otros micronutrientes se presenta como valor el mínimo que un individuo debe consumir. Asimismo, “utilizan valores GDA de adultos en productos dirigidos específicamente a niños o productos que pueden ser consumidos por niños...”.

Inclusive, estas etiquetas “se muestran en tamaños de porción arbitrarias” que impiden comparar productos de la misma categoría; además, “la utilización de porciones más pequeñas de lo que los individuos consumen en realidad tiene como resultado que el producto obtenga un perfil favorable para los %GDA”.

Para interpretar adecuadamente este sistema de etiquetado, se necesita mayor tiempo del que invierte un individuo en leer una etiqueta nutrimental, y comprender la información que hay en ella requiere de “conocimientos de nutrición y habilidades matemáticas”, a fin de evaluar la calidad, las calorías por presentación y las cantidades apropiadas para su consumo.

En consecuencia, los investigadores del INSP concluyeron que el etiquetado frontal GDA “no es la mejor opción para presentar el contenido nutrimental de un producto y, por lo tanto, para que los consumidores tomen decisiones mejor informadas, más saludables y más rápidas sobre los alimentos que van a consumir”. Sostuvieron, también, que la forma en que se presenta la información sobre el contenido nutrimental “sí puede llegar a afectar negativamente la toma de decisiones del consumidor”, y confirmaron, en la literatura analizada, que las etiquetas más sencillas de interpretar son las que ofrecen el contenido del producto de una manera global, como los logotipos, los cuales han tenido mayor aceptación porque son fáciles de comprender.

La premura de instrumentar el etiquetado –parte integrante del conjunto de herramientas de la estrategia encaminada a combatir de manera integral la obesidad– respondía y responde a que es uno de los instrumentos más eficientes para informar al mayor número de personas sobre los riesgos a la salud de los productos ultraprocesados. De ahí que los académicos se inclinaron por un etiquetado de advertencia que informara clara y concisamente si los productos contienen niveles altos de ingredientes nocivos (grasas saturadas, azúcares, sodio y calorías). Mientras los especialistas insistían en la urgencia de echarlo a andar, El Poder del Consumidor, como representante de la sociedad civil, exigía etiquetas claras, fáciles de entender y sin engaños, porque la cantidad de azúcar era demasiado alta.

En contraste, la industria replicaba que el etiquetado de advertencia no informaba, que se tomaba a la población como retrasada mental porque nada más se le decía que era muy alto en esto y en lo otro. ConMéxico, representante de las principales empresas de comestibles ultraprocesados del país, proclamaba que sus etiquetas hacían valer el derecho de los consumidores a contar con información nutrimental accesible y rápida para seleccionar los productos (un derecho rasurado por ese sistema ininteligible, agregaríamos). Se ufanaba, también, de situar a la vanguardia mundial a la industria alimentaria mexicana, ya que la Unión Europea y Estados Unidos estaban incorporando las Guías Diarias de Alimentación (los estadounidenses no tienen ese sistema), y pregonaba que las habían adoptado voluntariamente y estaban sujetas a lineamientos muy estrictos de instrumentación para garantizar su uso correcto y su uniformidad.

Desde luego, esto no lo han cumplido; basta comparar algunas etiquetas en cuanto al contenido energético y nos encontramos con que unas utilizan el término Kcal y otras Cal. ¿Cuál es el bueno?

HUELLAS INDELEBLES

Al inicio de la administración de Peña Nieto se reiteró la necesidad del etiquetado frontal, y en la Estrategia nacional se destacó que éste fuera obligatorio y que orientara claramente al consumidor sobre opciones más sanas, además de incentivar a la industria a producir productos saludables.

En 2013, la Secretaría de Salud encargó a la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) coordinar el diseño de la política de etiquetado en el frente del paquete. Se abrió un proceso de consulta pública para que cualquier persona y organización interesadas presentaran sus recomendaciones. La doctora Lucero Rodríguez recuerda cómo ocurrió ese proceso:

—La Cofepris tenía que coordinar ese esfuerzo y así fue, sólo que lo hizo de manera aislada. Nosotros no participamos, participó la industria, como ya todo mundo sabe. Cuando nos enteramos por dónde iban, mandamos nuestras observaciones de

que ese camino no era el más adecuado. Salieron los criterios nutrimentales, volvimos a mandar observaciones y tuvimos un par de reuniones con Patricio Caso, quien coordinaba el grupo y era uno de los más cercanos a Mikel Arriola, el comisionado de la Cofepris. La verdad es que no hubo un proceso de consulta abierta, ni siquiera los nutriólogos que estaban en la Cofepris participaron. Quienes estaban elaborando el etiquetado era gente que no tenía formación en nutrición ni en alimentación; eran abogados, con un punto de vista muy particular. Ese fue un proceso muy raro en el que incluso muchos de la misma Secretaría de Salud no estábamos de acuerdo. Pero finalmente fue responsabilidad de la Comisión. Publicaron las modificaciones al reglamento y salió el etiquetado, sin tomar en cuenta todas las observaciones ni las críticas que posteriormente se dieron a conocer.

De acuerdo con lo documentado por investigadores del Instituto Nacional de Salud Pública en el artículo que apareció en una publicación del Reino Unido sobre los conflictos de intereses en el sistema de etiquetado:

No hay registros oficiales de este enfoque participativo disponibles para el público en general [...] un representante de la industria alimentaria mencionó que los asistentes a la consulta pública eran principalmente siete líderes de la industria de alimentos y bebidas, y que no había representantes de la sociedad civil. Además, los académicos mencionaron que no habían sido invitados a participar. [...] Los miembros de la industria alimentaria reconocieron su participación activa con los funcionarios del gobierno. Un miembro de la industria alimentaria declaró que el gobierno usó el EU Pledge como referencia para los criterios nutricionales de etiquetado en el frente del paquete y lo adaptó a la población mexicana.

Es pertinente aclarar que el EU Pledge (o Compromiso de la Unión Europea, en nuestro idioma) es una iniciativa de autorregulación lanzada a finales de 2007 por las principales compañías de la industria de alimentos y bebidas en Europa, mediante el cual han buscado detener una regulación efectiva.

A principios de 2014 la Secretaría de Salud publicó los lineamientos para el etiquetado frontal GDA y entraron en vigor en 2015, a pesar de que tanto académicos e investigadores como representantes de los institutos de salud y de la sociedad civil negaron su participación en la consulta pública. Ante la solicitud de acceso a la información requerida a la Cofepris sobre los resultados de la misma, la respuesta oficial fue que tres miembros de la Comisión, sin experiencia en el tema, formularon los criterios de nutrientes del etiquetado en el frente del paquete; adujeron que no existían ni la evidencia utilizada ni las minutas de los participantes.

No obstante, Mikel Arriola, titular de la Cofepris, declaró en marzo de 2015: “Trabajamos con la Subsecretaría de Prevención, con el Instituto Nacional de Salud Pública, con el Instituto Nacional de Nutrición, con diversos actores, muchas ONGs y una vez que se tuvo lista esta política” pasó por consulta pública y estuvo a disposición de toda la población sin ninguna excepción.

Más claro ni el agua: la Cofepris fue cooptada por la industria y entró en conflicto de intereses porque obvió las evidencias científicas documentadas y exhibidas por los profesionales de la salud, las recomendaciones de la OMS y la OPS y las demandas de la sociedad civil, con tal de imponer el etiquetado que le convenía a las empresas, anteponiendo los intereses de las corporaciones al de la salud pública, ésa que supuestamente está obligada a proteger.

Reiteramos una vez más que el objetivo de cualquier corporación alimentaria es mejorar sus ingresos, incrementando sus ventas y minimizando sus costos; por ello, las autoridades entraron en conflicto de interés al hacer partícipes a las empresas de la decisión de regular el etiquetado y al acatar el sistema GDA de la industria.

Por eso, como plantean los autores que ventilaron el conflicto de interés, en el diseño de políticas públicas “es importante mantener un proceso de gobernanza inclusivo”, supervisado por un comité de expertos independiente, sin ningún conflicto de interés, pero subrayan: “bajo ninguna circunstancia, el sector privado o la sociedad civil deberían decidir la estrategia final”, eso le corresponde a las autoridades de salud.

Más recientemente, en mayo de 2019, una despistada Suprema Corte de Justicia de la Nación negó el amparo solicitado por El Poder del Consumidor para modificar el etiquetado GDA, haciendo caso omiso de los estudios que comprobaban que este sistema no permitía a los consumidores conocer adecuadamente el contenido de los productos.

Los miembros de la sociedad civil y los profesionales de la salud no quitaron el dedo del renglón y lograron que se aprobaran tanto la reforma a la Ley General de Salud en materia de etiquetado frontal (octubre de 2019), como la norma correspondiente, la NOM 051 (enero de 2020). Varias organizaciones de Naciones Unidas (OMS, OPS, FAO y Unicef), la Federación Mundial de Obesidad, la Asociación Mundial de Nutrición y Salud Pública extendieron su felicitación por el nuevo etiquetado.

Ni tarda ni perezosa la vieja estrategia de demorar los procesos volvió al escenario, ahora personificada por la Confederación de Cámaras Industriales (Concamin), que interpuso un amparo para suspender su puesta en marcha, alegando la presunta falta de evidencia científica, transparencia e inclusión dentro del proceso de creación de la norma para el etiquetado.

Todo eso fue rebatido por la jefa de política social de Unicef México, Catalina Gómez, quien de principio a fin siguió el proceso. Ella constató que en él participaron funcionarios públicos, académicos, sociedad civil, organismos internacionales y representantes de la industria de alimentos y bebidas, empresas similares o de negocios complementarios. Recalcó que se escucharon todas las posturas, se fueron construyendo consensos y todos los puntos se respaldaron con evidencia científica, prácticas internacionales, de México y de otros países.

“La iniciativa privada está en su derecho de acceder al amparo, pero no a decir mentiras. Nunca llevó (la iniciativa privada) a las 14 sesiones ni un solo estudio técnico ni un papel doblado para defender su posición sobre el etiquetado”, comentó en *La Jornada* Talía Vázquez Alatorre, subprocuradora de Verificación y Defensa de la Confianza de la Procuraduría Federal del Consumidor, luego de que se revocó la suspensión provisional para publicar la norma del nuevo etiquetado para alimentos y bebidas,

según informó a este mismo diario el subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud, Hugo López-Gatell. Nos alegramos, aunque aún sin cantar victoria, pues ya sabemos cómo se las gastan las corporaciones.

La representante de Unicef insistió: “El consumidor tiene que tener más información sobre lo que le está haciendo bien o mal y generar conciencia y conocimiento. El etiquetado también tiene esta función de empezar a orientar no solamente a los adultos, sino también a los niños para que sepan qué alimentos deben evitar y hacia dónde debe ir su consumo”.

El otro caso de conflicto de interés que dejó otra huella indeleble fue documentado por investigadores del Instituto Nacional de Salud Pública, y lo consultamos en el texto “El desarrollo de una estrategia nacional de prevención y control de la obesidad y la diabetes en México: actores, acciones y conflictos de intereses”, que mencionamos previamente.

Para entrar en contexto, únicamente recordemos que el férreo bloqueo de las cámaras de la industria impidió entonces la cristalización de las iniciativas propuestas, como un etiquetado fácil y rápido de comprender para reducir el consumo de bebidas y comestibles altos en azúcar, así como la regulación de su publicidad, entre otros. Sólo quedó en el papel la prohibición de que los comestibles y bebidas altos en azúcares estuvieran en las escuelas.

Al inicio de 2013, como ya señalamos, volvieron a empujarse las iniciativas del etiquetado, junto con la del impuesto a los refrescos y a alimentos altos en calorías y bajos en nutrientes. En ese marco surgió la Estrategia Nacional de Prevención y Control de la Obesidad y la Diabetes, y a fin de apoyar su monitoreo e impacto, la Secretaría de Salud instauró el Observatorio Mexicano de Enfermedades no Transmisibles (OMENT).

De acuerdo con lo publicado en el *Diario Oficial de la Federación*, el OMENT podía emitir opiniones, recomendar, evaluar y medir el impacto de la estrategia, e incluso proponer acciones que fueran incorporadas en los programas gubernamentales.

Cabe reiterar que al Consejo Asesor del Observatorio no fueron invitados por la Secretaría de Salud ninguno de los Institu-

tos Nacionales de Salud, ni tampoco los grupos de consumidores que han resultado esenciales para promover y aprobar las diferentes iniciativas encaminadas al combate y control de la obesidad y la diabetes. En cambio, convocó a dos representantes del sector público, tres de la academia, cuatro de sociedades profesionales, seis de agrupaciones de la sociedad civil, dos de organizaciones industriales y tres de cámaras de la industria.

De ello dan cuenta los investigadores del Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), que clasificaron el grado de influencia y los posibles conflictos de interés del Consejo Asesor en torno a la política de salud en el control de la obesidad. Identificaron su influencia en los niveles bajo, medio y alto, y definieron cuatro fases de los conflictos, que van desde la mínima afectación hasta el daño. (Véase Tabla 3).

Entre estos veinte flamantes consejeros, los de mayor peso eran ConMéxico, que integra a 43 empresas líderes en los mercados de alimentos y bebidas; el Instituto Aspen, organización de la sociedad civil que tiene en su consejo directivo al presidente de Coca-Cola México, y al presidente ejecutivo de ConMéxico como uno de sus asesores económicos; el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), otro supuesto representante de la sociedad civil, pero patrocinado por el Consejo Mexicano de Hombres de Negocios y en cuya junta directiva figuran el CEO de Bimbo y, de nueva cuenta, el dirigente de ConMéxico; la Confederación de Cámaras Industriales (Concamin), que congrega a las cámaras de las industrias azucarera y lechera, entre otras, al igual que a la Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas (ANPRAC); la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (Canacintra), que agrupa al sector industrial de alimentos y bebidas procesados, y la Fundación Carlos Slim.

Bajo la manga ancha del OMENT, sin lineamientos para evidenciar, prevenir ni evitar el conflicto de intereses, se pertrechó la industria para tejer las redes que segaron la estrategia de prevención y control de la obesidad. En torno de esta red agrupada en este Observatorio se congregaron personalidades como José Narro, al frente de la SSA; Jaime Zabludovsky, ariete de ConMéxico; Juan Ramón de la Fuente, al timón del Instituto Aspen, quien dejó

en manos de Julio Madrazo García –un conocido cabildero de las refresqueras, ducho en temas de mercadotecnia política, y ex asesor político del presidente Ernesto Zedillo– la responsabilidad de mover los hilos en el OMENT; Carlos Salazar Lomelín, miembro del Consejo del IMCO, entonces director general de Coca-Cola FEMSA y hoy presidente del Consejo Coordinador Empresarial, entre otras. En fin, una especie de *dream-team* de la industria.

De esta manera, en el OMENT la industria alimentaria estaba sentada a la mesa, ni más ni menos, como juez y parte en las decisiones de la política pública para el control de la obesidad; metiendo la mano para inhibir, obstaculizar y retardar todas las iniciativas que afectaran sus intereses económicos y, al mismo tiempo, exhibiendo la vulnerabilidad de instituciones como la Secretaría de Salud y la Cofepris, como lo demostró la imposición del etiquetado frontal en 2014.

El estudio de los investigadores del INSP no sólo describió los conflictos de intereses a flor de piel dentro del Consejo Asesor del OMENT, sino también la respuesta de esta industria y sus aliados a la iniciativa para gravar las bebidas azucaradas y a otras regulaciones entre 2013 y 2017.

Por ejemplo, Alejandro Calvillo destaca el papel que jugó el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), que con el apoyo de Julio Madrazo García del Aspen Institute México (AIM) llevaron adelante el OMENT, desde donde la industria de bebidas y alimentos, comandada por ConMéxico, defendió el etiquetado GDA y bloqueó las discusiones sobre la necesidad de regular de forma efectiva los alimentos y bebidas en las escuelas y la publicidad dirigida a los niños.

Ambos institutos –en particular el primero de ellos– estuvieron muy activos en el OMENT, como lo muestra también el acuerdo que establecieron para lanzar la Iniciativa AIM-IMCO por la Salud, que dio como resultado el “Sistema de indicadores para la evaluación de la estrategia nacional para la prevención y el control del sobrepeso, obesidad y diabetes”. Este trabajo, realizado entre marzo de 2014 y julio de 2015, fue financiado por seis empresas del sector privado, entre ellas Bimbo, Danone, PepsiCo y la Asociación de Exportadores de Soya de Estados Unidos.

Mediante este sistema de indicadores, el Instituto Aspen y el Instituto Mexicano para la Competitividad se propusieron contribuir con la Secretaría de Salud a medir el impacto de la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes. En consecuencia, ambos grupos fachada llevaron este proyecto al Consejo Asesor del OMENT, previo acuerdo con Pablo Kuri, a la sazón subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud, y con la venia de la industria de alimentos y bebidas.

Por supuesto, antes de mostrarlo, “se recibieron recomendaciones muy puntuales de parte de la Fundación Carso para la Salud, ConMéxico y Canacintra” para la definición de la metodología, las variables y las fuentes de información del sistema de indicadores, precisa el documento que presentaron.

Más aún, el Comité de Ética de Prevención de Conflictos de Interés de la Subsecretaría de Administración y Finanzas de la Secretaría de Salud reconoció: “no existe un mecanismo para evitar conflicto de intereses entre la industria y el sector salud en el marco del OMENT”, según se consigna en *Salud deteriorada, opacidad y negligencia en el sistema público de salud*.

En palabras del doctor Ruy López Ridaura: “En el sexenio pasado se crearon cuerpos de conflicto de interés que estuvieron bloqueando la política pública para la industria alimentaria específicamente. Se habían logrado definir una serie de líneas estratégicas y al final no pasó nada. La Cofepris no permitió pasar las denuncias, las demandas y los juicios en los que Alejandro Calvillo estuvo participando”. Advierte que, a diferencia de la academia, “en la política pública no es suficiente declarar el conflicto de interés, lo que debes hacer ahí es pararlo”, aunque admite: “Todavía hace falta tener muy claros los mecanismos para saber cómo detenerlo”.

Por fortuna, con mayor frecuencia los académicos presentan una declaración de conflicto de interés. Aun así, podemos creerles o no; si reconocen haber recibido financiamiento, aunque aseguren que sus investigaciones están libres de conflicto de interés, también podemos dudar de ellos y de sus resultados. Aquí lo relevante –como dice Marion Nestle– es que como sociedad

tenemos derecho a saber, a conocer las posibles fuentes de sesgo, más aún “mientras la comunidad académica siga considerando que la colaboración con la industria es ética y respetable”.

TABLA 2. GUÍAS O LINEAMIENTOS: DEFINICIONES Y ELEMENTOS ASOCIADOS

DEFINICIONES SOBRE CDI	DECLARACIÓN DE INTERESES	COMITÉ U ÓRGANO DE GOBERNANZA	MECANISMOS DE GESTIÓN
<p>Definición específica para aplicarse en las políticas y programas de prevención y control de sobrepeso, obesidad y diabetes.</p>	<p>Declaración de intereses, no de conflicto de intereses, pues todos tenemos intereses; por lo mismo, un agente externo debe evaluar la posibilidad de tener un conflicto.</p>	<p>Que integre organizaciones de prestigio, “dedicadas a la transparencia, rendición de cuentas e integridad en el sector público”.</p>	<p>Medidas y sanciones para contener o revertir un conflicto de interés evidente.</p>
<p>“Situación que se presenta cuando los intereses personales, familiares o de negocios de una persona de interés público involucrada en el ciclo de las políticas públicas relacionadas con la prevención y control del sobrepeso, la obesidad y la diabetes puedan afectar el desempeño imparcial de su empleo, cargo o comisión”.</p>	<p>De todos los que participan en la elaboración de políticas públicas vinculadas a la prevención y control del sobrepeso, la obesidad y la diabetes. Deben presentarla a título personal o institucional, firmada bajo protesta de decir verdad, mediante un formato predeterminado que fije la temporalidad de las actualizaciones de lo declarado e incluya “intereses personales, actividades, negocios, situación patrimonial, activos, pasivos, ingresos recibidos, participación en sociedades o consejos, deudas y empleo de familiares cercanos”. Asimismo, deberán autorizar su difusión pública, pues esta información permite identificar un posible conflicto de interés y, con ello, evitar que se privilegie el interés privado sobre el público.</p>	<p>Encargado de vigilar que el interés público prevalezca en las políticas de prevención y control del sobrepeso, obesidad y diabetes; “que se cumplan los presentes lineamientos establecidos [...] y la legislación nacional vigente”.</p>	<p>Recomendaciones: Exclusión en procesos de toma de decisiones; transferencia de cargo donde no se afecten intereses, suspensión temporal, destitución o inhabilitación temporal; multas monetarias; procesos judiciales (corrupción). Chile y Canadá sancionan a cabilderos o lobistas por su relación con los grupos de interés y congresistas.</p>

TABLA 3. EL OBSERVATORIO MEXICANO DE ENFERMEDADES NO TRANSMISIBLES (OMENT). CONSEJO CONSULTIVO Y POSIBLES CONFLICTOS DE INTERESES CON RECOMENDACIONES DE POLÍTICAS DE SALUD PARA PREVENIR LA OBESIDAD

	INSTITUCIÓN/ORGANIZACIÓN	ACTIVIDAD PRINCIPAL (SEGÚN SU INFORMACIÓN PÚBLICA)
SECTOR PÚBLICO	Secretaría de Salud (su titular es Presidente del Consejo Asesor)	
	Subsecretaría de Prevención y Promoción de la Salud (su titular es Secretario Técnico del Consejo Asesor)	
ACADEMIA	Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) (https://www.unam.mx)	Institución de Educación Superior
	Instituto Politécnico Nacional (IPN) (http://www.ipn.mx/Paginas/inicio.aspx)	Institución de Educación Superior
	Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (http://www.anuies.mx/)	Asociación de 187 instituciones de educación superior
ORGANIZACIONES PROFESIONALES	Academia Mexicana de Pediatría (http://www.acadermiamexicanadepediatria.com.mx/)	Sociedad médica
	Sociedad Mexicana de Cardiología (http://www.smcardiologia.org.mx/)	Sociedad médica
	Academia Mexicana de Medicina (http://www.anmm.org.mx/)	Sociedad médica
	Sociedad Mexicana de Salud Pública (http://www.smsp.org.mx/)	Sociedad médica
ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL	Contrapeso AC (http://coalicioncontrapeso.org/)	Alianza de organizaciones de la sociedad civil que tienen como objetivo influir en las políticas públicas relacionadas con la prevención de la obesidad

MOTIVOS DE UN POSIBLE CONFLICTO DE INTERESES	NIVEL DE INFLUENCIA POTENCIAL EN LA POLÍTICA NACIONAL	POTENCIAL DE CONFLICTO DE INTERESES
	MEDIO	*
	BAJO	*
	BAJO	*
Patrocinio de actividades de diferentes empresas de la industria alimentaria como Nestlé. Financiamiento divulgado en el sitio web	BAJO	**
	BAJO	*
	BAJO	*
Patrocinio de algunas actividades por parte de la Fundación Carlos Slim. Financiamiento divulgado en el sitio web	BAJO	*
Financiación no revelada en el sitio web	MEDIO	*

CUADRO 2. PARTE 2. EL OBSERVATORIO MEXICANO DE ENFERMEDADES NO TRANSMISIBLES (OMENT). CONSEJO CONSULTIVO Y POSIBLES CONFLICTOS DE INTERESES CON RECOMENDACIONES DE POLÍTICAS DE SALUD PARA PREVENIR LA OBESIDAD

	INSTITUCIÓN/ORGANIZACIÓN	ACTIVIDAD PRINCIPAL (SEGÚN SU INFORMACIÓN PÚBLICA)
ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL	Federación Mexicana de Diabetes (http://fmdiabetes.org/)	Organización de la sociedad civil que promueve la salud de pacientes con diabetes
	Queremos Mexicanos Activos AC (http://www.mexicanosactivos.org/)	ONG enfocada en promover actividad física para estilos de vida saludables
	Fundación Este País	ONG enfocada en la formulación de políticas basadas en evidencia
	Instituto Aspen, México (http://www.aspeninstitutemexico.org/)	Organización de la sociedad civil que promueve la educación, el liderazgo y la toma de decisiones de políticas públicas
	Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) (http://limco.org.mx/home/)	Centro de investigación enfocado en la formulación de políticas basadas en evidencia
ORGANIZACIONES RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA	Fundación Carlos Slim (http://www.salud.carlosslim.org#1)	Fundación privada sin fines de lucro que se enfoca en crear soluciones a los principales problemas de salud de las poblaciones más vulnerables de América Latina
	Fundación Mexicana de la Salud (FUNSALUD) (http://funsalud.org.mx/portal)	Organización privada de la industria enfocada en canalizar la filantropía y la inversión social hacia la salud

MOTIVOS DE UN POSIBLE CONFLICTO DE INTERESES	NIVEL DE INFLUENCIA POTENCIAL EN LA POLÍTICA NACIONAL	POTENCIAL DE CONFLICTO DE INTERESES
Ha respaldado un libro de Coca-Cola y está patrocinado por varias compañías de alimentos. Financiamiento divulgado en el sitio web. (http://fmndiabetes.org/hbsb-publica-libro-sobre-importancia-hidratacion/)	BAJO	****
Financiado por compañías de alimentos y bebidas como Bimbo, Coca-Cola FEMSA, Jugos del Valle, etc. Financiación no divulgada en el sitio web	BAJO	***
Parcialmente financiado por Queremos Mexicanos Activos AC. Financiación no revelada en el sitio web. No se encontró un sitio web oficial para la fundación	BAJO	**
Mantiene estrechas conexiones con la industria. El presidente de Coca-Cola México es miembro de la junta, y el presidente ejecutivo de ConMéxico es uno de sus asesores económicos. Financiación no revelada en el sitio web. (http://aspeninstitutemexico.org/integrantes/)	ALTO	****
Patrocinado por el Consejo Mexicano de Empresarios. El Presidente Ejecutivo de ConMéxico y el CEO de Bimbo formaron parte de su junta directiva. Financiamiento divulgado en el sitio web. (http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2016/01/Informe2014-web.pdf)	ALTO	***
Carlos Slim es un ex propietario de compañías tabacaleras. Financiamiento divulgado en el sitio web. (http://www.salud.carlosslim.org/nuestros-aliados)	ALTO	*
Recibe fondos de Nestlé (Nestlé Fund for Nutrition) y otras compañías de alimentos. Financiamiento divulgado en el sitio web (http://funsalud.org.mx/portal/?page_id=97)	MEDIO	****

CUADRO 2. PARTE 3. EL OBSERVATORIO MEXICANO DE ENFERMEDADES NO TRANSMISIBLES (OMENT).
**CONSEJO CONSULTIVO Y POSIBLES CONFLICTOS DE INTERESES CON RECOMENDACIONES DE
 POLÍTICAS DE SALUD PARA PREVENIR LA OBESIDAD**

	INSTITUCIÓN/ORGANIZACIÓN	ACTIVIDAD PRINCIPAL (SEGÚN SU INFORMACIÓN PÚBLICA)
ASOCIACIONES INDUSTRIALES Y CÁMARAS	Consejo Mexicano de la Industria de Productos para el Consumo (ConMéxico) www.conmexico.com.mx	Consejo industrial para promover el desarrollo rentable de las marcas de sus asociados
	Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA) (http://www.canacindra.org.mx/principal/)	Consejo industrial para promover el desarrollo rentable de las marcas de sus asociados
	Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN) (http://concamin.mx/)	Organización de la industria posicionada como la fuerza política de la industria para promover y defender sus intereses legítimos

Reelaborada a partir de la Tabla publicada en “The development of a national obesity and diabetes prevention and control strategy in Mexico: actors, actions and conflicts of interest”.

Nivel de influencia potencial en la política nacional:

BAJA evidencia y consejos

MEDIA Campañas públicas y defensa

ALTA cabildeo y negociación

MOTIVOS DE UN POSIBLE CONFLICTO DE INTERESES	NIVEL DE INFLUENCIA POTENCIAL EN LA POLÍTICA NACIONAL	POTENCIAL DE CONFLICTO DE INTERESES
<p>Consortio para supervisar los intereses de sus asociados, incluida la industria alimentaria, el alcohol y el tabaco. Financiamiento divulgado en el sitio web. (https://conmexico.com.mx/sitio/about-nuestros-asociados/)</p>	ALTO	***
<p>Consortio para supervisar los intereses de sus asociados, incluida la industria alimentaria, el alcohol y el tabaco. Financiamiento divulgado en el sitio web. http://www.canacindra.org.mx/principal/index.php/inicio/representatividad/13-sectores-industriales</p>	ALTO	****
<p>Consortio para supervisar los intereses de sus asociados. Financiamiento divulgado en el sitio web. (http://concamin.mx/?page_id=520)</p>	ALTO	****

Posible conflicto de intereses:

* = Ninguno, o conflictos mínimos que probablemente no afecten la política

** = Conflictos que pueden afectar la política, pero son manejables

*** = Conflictos que generan preocupación y necesidad de asesoramiento.

**** = Conflictos que seguramente causarán daños a la política

Fuentes consultadas

- Bourges, H., et al. (2002). *Pautas para la orientación alimentaria en México*. México: ILSI de MÉXICO, A. C. Disponible en: www.academia.edu/9102208/PAUTAS_PARA_LA_ORIENTACION_ALIMENTARIA_EN_MEXICO consultado 25-02-2020, consultado 05-01-2020.
- Rivera Dommarco, Juan Ángel et al. (2012). Obesidad en México: Recomendaciones para una política de Estado. *Trabajo de postura*. Rivera Dommarco, Juan Ángel et al. (eds.). *Obesidad en México: Recomendaciones para una política de Estado*. México: UNAM. Disponible en: www.anmm.org.mx/publicaciones/Obesidad/obesidad.pdf, consultado 07-01-2020.
- Rivera Dommarco, Juan Ángel et al. (2008, marzo-abril). Consumo de bebidas para una vida saludable: recomendaciones para la población mexicana. *Salud Pública de México*, vol. 50, núm. 2. Disponible en: www.saludpublica.mx/index.php/spm/article/view/6806/8562 consultado 20-02-2020.
- Barquera, Simón et al. (2012). Obesidad en México: Políticas y programas para su prevención y control. Rivera Dommarco, Juan Ángel et al. (eds.). *Obesidad en México: Recomendaciones para una política de Estado*. México: UNAM. Disponible en: www.anmm.org.mx/publicaciones/Obesidad/obesidad.pdf, consultado 20-02-2020.
- Secretaría de Salud. (2008). *Prevención de la obesidad y las enfermedades crónicas. Una política de Estado, énfasis en el componente alimentario*. México: SSA. Borrador de circulación restringida.
- Carta enviada por la Asociación Nacional de Productores de Refrescos, A.C., al director de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria, Alfonso Carballo Pérez. (2010, 22 de junio). Disponible en: www.cofemer.gob.mx/expediente/v99/_b001002237.pdf, consultado 30-09-2019.
- Barquera, Simón et al. (2018). Políticas de salud para la prevención de obesidad y enfermedades crónicas. Rivera Dommarco, Juan Ángel et al. (eds.). *La obesidad en México. Estado de la política pública y recomendaciones para su prevención y control*. México: Instituto Nacional de Salud Pública. Disponible en: www.insp.mx/images/stories/2019/Docs/190607_978-607-511-179-7.pdf, consultado 20-02-2020.
- El Poder del Consumidor. (2012). *El fin del Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria (ANSA) y la necesidad de una ley y política integral de combate a la obesidad*. México: Autor. Disponible en: www.elpoderdelconsumidor.org/wp-content/uploads/Documento-ANSA.pdf, consultado 20-02-2020.
- Bahena, L. et al. (2018). *Explorando el ambiente escolar alimentario: barreras y facilitadores en la implementación de la regulación de la venta de alimentos y bebidas en escuelas primarias del centro de México*. México: El Poder del Consumidor. Disponible en: <file:///C:/Users/lenovo/Downloads/Documento-ResumenEjecutivo-EscuelaSaludablesWEB.pdf>, consultado 8-02-2020.
- Sánchez, K. et al. (2018). El conflicto de intereses en las políticas públicas de prevención y control del sobrepeso y la obesidad. Rivera Dommarco, Juan Ángel et al. (eds.). *La obesidad en México. Estado de la política pública y recomendaciones para su prevención y control*. México: Instituto Nacional de Salud Pública. Disponible en: www.insp.mx/images/stories/2019/Docs/190607_978-607-511-179-7.pdf, consultado 9-02-2020.
- OMS. (2017, 4 de diciembre). Salvaguardas ante posibles conflictos de intereses en los programas de nutrición. Proyecto de enfoque para la prevención y el manejo de los conflictos de intereses en la formulación de políticas y la ejecución de programas de nutrición a escala de país. OMS, Informe del Director General, Consejo Ejecutivo. 142ª reunión. Disponible en: https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/EB142/B142_23-sp.pdf, consultado 20-02, 2020.
- OMS. (2014). *Plan de aplicación integral sobre nutrición materna, del lactante y del niño pequeño*. Suiza: Autor. Disponible en: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/130456/WHO_NMH_NHD_14.1_spa.pdf; consultado 9-02-2020.

- Secretaría de la Función Pública, Secretaría de Salud, Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, Contrapeso e Instituto Nacional de Salud Pública. (2018). *Guía para la Prevención, Identificación y Gestión de Conflictos de Intereses (CDI) en las Políticas Públicas Relacionadas con la Prevención y Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes*. México: Autor. Disponible en: <http://aga.funcionpublica.gob.mx/aga/Home/Documento?doc=Guia%20Conflictos%20de%20Intereses%20VF.pdf>, consultado 9-02-2020.
- Naciones Unidas, Asamblea General. (2017, 28 de marzo). Informe del Relator Especial de la ONU sobre el derecho de toda persona al disfrute del más alto nivel posible de salud física y mental. Disponible en: <https://www.refworld.org/es/topic,57f5047254,,593947fd4,0,,,html>, consultado 14-02-2020.
- DeJong, Colette *et al.* (2016, agosto). Pharmaceutical Industry–Sponsored Meals and Physician Prescribing Patterns for Medicare Beneficiaries. *JAMA Internal Medicine*. Disponible en: <https://jamanetwork.com/journals/jamainternalmedicine/fullarticle/2528290>, consultado 29 de mayo 2020.
- Tolentino Mayo, Lizbeth *et al.* (2018). Contexto actual del etiquetado frontal nutrimental de productos industrializados en México. Rivera Dommarco, Juan Ángel *et al.* (eds.) *La obesidad en México. Estado de la política pública y recomendaciones para su prevención y control*. México: Instituto Nacional de Salud Pública. Disponible en: www.insp.mx/images/stories/2019/Docs/190607_978-607-511-179-7.pdf, consultado 5-02-2020.
- Stern, Delia *et al.* (2011), *Revisión del etiquetado frontal: análisis de las Guías Diarias de Alimentación (GDA) y su comprensión por estudiantes de nutrición en México*. México: Instituto Nacional de Salud Pública. Disponible en: <https://www.insp.mx/epppo/blog/3225-etiquetado-alimentacion.html>, consultado 5-02-2020.
- Charvel Orozco, Sofía *et al.* (2012) La importancia de la regulación en el control de la epidemia y la obesidad. Rivera Dommarco, Juan Ángel *et al.* (eds.) *Obesidad en México: Recomendaciones para una política de Estado*. México: UNAM. Disponible en: www.anmm.org.mx/publicaciones/Obesidad/obesidad.pdf, consultado 6-01-2020.
- Carriedo Angela *et al.* (2018). Participation of non-state actors in developing a food labelling policy in Mexico. Modi Mwatsama (ed.), *Public health and the food and drinks industry: The governance and ethics of interaction. Lessons from research, policy and practice*. Londres: UK Health Forum. Disponible en: www.idrc.ca/sites/default/files/sp/Documents%20EN/ukhf-casebook-jan18.pdf, consultado 10-12-2019.
- Barquera, Simón *et al.* (2018). The development of a national obesity and diabetes prevention and control strategy in Mexico: actors, actions and conflicts of interest. Modi Mwatsama (ed.), *Public health and the food and drinks industry: The governance and ethics of interaction. Lessons from research, policy and practice*. Londres: UK Health Forum. Disponible en: www.idrc.ca/sites/default/files/sp/Documents%20EN/ukhf-casebook-jan18.pdf, consultado 10-12-2019.
- IMCO, Instituto Aspen México y Secretaría de Salud. (Julio de 2015). Sistema de indicadores para la evaluación de la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, Obesidad y Diabetes. Disponible en: http://oment.salud.gob.mx/indicadores_descargas/indicadores_oment_presentacion.pdf, consultado 9 de abril, 2020.
- SSA-OMENT. (2016, 9 de noviembre). Lista de asistencia reunión Grupo Técnico criterios nutrimentales. Disponible en: <http://aga.funcionpublica.gob.mx/aga/Home/Documento?doc=2.%20Lista%20de%20asistencia%20grupo%20tecnico7%20Criterios%20nutrimentales%20OMENT.pdf>, consultado 15 de abril, 2020.
- SSA, Dirección General de Promoción de la Salud. (2017, 13 de marzo). Lista de asistencia. Reunión del Grupo Técnico I: Etiquetado frontal de alimentos y bebidas. Disponible en: <http://aga.funcionpublica.gob.mx/aga/Home/Documento?doc=Lista%20de%20asistencia%20grupo%20tecnico%201%20Etiquetado%20OMENT.pdf>, consultado 15 de abril, 2020.
- Barragán, Daniela. (2015, 3 de septiembre). Entrevista, Comisionado de Cofepris rechaza estar al servicio de la industria, como dicen ONGs. *Sinembargo.mx*. Disponible en: www.sinembargo.mx/09-03-2015/1273606, consultado 12-12-2019.

- Alegría, Alejandro y García, Carlos. (2020, 7 de marzo). Nuevo etiquetado sí va; revocan el amparo a la IP. *La Jornada*. Disponible en: www.jornada.com.mx/2020/03/07/economia/018n1eco, consultado 12-03-2020
- Raphael, Ricardo (2020, 3 de marzo). A ras de suelo. *La Octava*. Disponible en: www.youtube.com/watch?v=x_6mbn9qR_0, consultado 3-03-2020.
- Hernández Ávila, Mauricio, *et al.* (2018). *Salud deteriorada, opacidad y negligencia en el sistema público de salud*. México: Mexicanos contra la Corrupción y la Impunidad. Disponible en: <https://docs.google.com/viewer?url=https://saluddeteriorada.contralacorrupcion.mx/wp-content/uploads/pdf/SD-Completo.pdf&embedded=true>, consultado 27-02-2020.

EL JUEGO QUE TODAS LAS INDUSTRIAS JUEGAN

CIENCIA EN CONFLICTO BAJO EL MICROSCOPIO

Sin duda, historias como las de Coca-Cola son prueba irrefutable de que la iniciativa privada tiene muy claros sus objetivos al realizar proyectos en colaboración, no así instituciones como la UNAM o el Conacyt. De hecho, da la impresión de que el país tampoco los ha tenido en materia de educación, ciencia y tecnología.

Datos de la Unesco de 2015 citados por Víctor Manuel Toledo indican que la inversión privada en ciencia se ha incrementado notablemente en los pasados 50 años en Corea del Sur, China, Alemania, Estados Unidos, Turquía y Polonia. El caso de Estados Unidos es muy ilustrativo: “hacia 1965 la ciencia académica financiada por el gobierno representaba 60% y la ciencia corporativa 40%. Para 2015 ya se había invertido a 30-70%”.

Éste es el escenario perfecto para la creciente participación del sector privado en el financiamiento

de estudios científicos en el campo de la salud y la nutrición. Como enfatizaba Alejandro Calvillo en nuestro libro *Alimentos sustentables a la carta, de la tierra a la mesa*: “Cada vez hay menos recursos para este tipo de estudios [dirigidos a asegurar la inocuidad de los alimentos] en las instituciones públicas y cada vez se desarrolla más investigación patrocinada por las mismas empresas productoras de alimentos”.

Ésa es la tendencia dominante en el planeta. En México, la OCDE informaba a principios de 2019 que colaboraría con el nuevo régimen para construir el “nuevo” proyecto educativo para nuestro país. Como observaba Hugo Aboites, profesor e investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, la OCDE sigue empeñada en proponer “un sistema educativo más competitivo y atractivo, que esté vinculado a la formación de capital humano en México. Y para eso, ‘se requiere justamente el involucramiento del sector privado [...] con la universidad’”.

¿Acaso cree la OCDE que los mexicanos padecemos Alzheimer y olvidamos que ésta es la misma amarga medicina que nos recetó en los noventa, cuando pedía “estimular a las instituciones a efectuar trabajos para las empresas: estudios, investigaciones, formación continua...”? Gracias a sus brillantes ideas, denunció Aboites, “las universidades se han comercializado y poblado de intereses, han dado generosos subsidios a empresarios, como se ha denunciado aquí y en Conacyt”.

En efecto, en el México de hace apenas un par de años ocurría una situación única en el mundo, a decir de la directora general del Conacyt, la doctora Elena Álvarez Buylla: la iniciativa privada no sólo aportaba apenas 19% del gasto al desarrollo científico y tecnológico, sino que del total del presupuesto destinado al organismo en el sexenio anterior, 35 mil millones de pesos (48%) fueron transferidos por el Conacyt a entidades privadas, más de 32 mil millones de manera directa y el resto a través de empresas paraestatales como el Instituto Mexicano del Petróleo o de los centros públicos de investigación.

Tan sólo a través del Programa de Estímulos a la Innovación (PEI), de 2009 a 2017, el Conacyt destinó recursos públicos a fondo perdido por más de 24 mil 448 millones de pesos a empresas

de todo tamaño. De ellos, 30%, o sea, 7 mil 367 millones de pesos –bastante más que los 2 mil 561 millones recortados al presupuesto del Consejo en 2019–, fueron para 512 empresas grandes y algunas trasnacionales como Ford, General Motors, IBM, Intel, Monsanto, Bayer, Volkswagen, Sanofi, Nissan y otras.

Si se suman todos los mecanismos usados para tal fin, como becas y diversos fondos, fueron cerca de 50 mil millones de pesos los que se transfirieron a empresas en la administración pasada para proyectos de investigación, afirmó Álvarez Buylla. En tales condiciones, ¿para qué iban a querer invertir más en ciencia las empresas, si el Estado les abría la cartera?

A fin de investigar si entre 2012 y 2018 el Conacyt había financiado proyectos a corporaciones alimentarias, a organismos empresariales de este ramo o a asociaciones civiles con miembros de esta industria, vía el sistema Infomex presentamos una solicitud de acceso a la información.

El Conacyt respondió que “el PEI solamente apoyó a una empresa de la industria de alimentos o bebidas”, en 2012. Se trata del proyecto titulado “Investigación y desarrollo de tecnologías innovadoras para la elaboración de productos extruidos orientados a brindar mayores aportes nutricionales al consumidor” (número de proyecto: 176921), presentado a través de Pepsico Mexico R&D Savory S de RL de CV, que se benefició con más de 4 millones 200 mil pesos.

Poco podemos cuestionar los propósitos de este proyecto, cuyo objetivo general fue “desarrollar productos extruidos más saludables para el consumidor a partir de reducción del contenido de aceite e integración de grano entero, ofreciendo características organolépticas y vida de anaquel adecuada, además de brindar el gusto y la saciedad que busca el consumidor de botanas”.

Sus resultados incluso son aplaudibles: disminución de alrededor de 25% de grasa en algunos productos extruidos; desarrollo de tres procedimientos innovadores para la reducción de aceite; elaboración de una metodología sensorial y de dos prototipos de botanas horneadas, así como generar conocimiento del nivel de saciedad de productos bajos en grasa comparado con los originales.

Sin embargo, al margen de las sospechas que despierta este último punto (¿saber si las ventas de botanas saludables reducirían las de sus grasosas frituras?), el principal cuestionamiento es por qué financiar con recursos públicos a PepsiCo, por muy loable que sea el objetivo de este proyecto, por muchos beneficios para el consumidor; como si fuera una empresa que necesitara de la caridad del Estado, o como si las ganancias derivadas de este apoyo fueran a compartirse con el Conacyt. De no ser así, y no lo es, huele a conflicto de intereses.

Nos habría encantado platicar con Elena Álvarez Buylla acerca de lo que representa financiar con fondos públicos proyectos de empresas -algunos periodistas incluyen entre ellas a Bimbo, Barcel y Sabritas-, así como la necesidad de destinar suficientes recursos para estudios independientes y sin conflicto de intereses en el campo de la alimentación y la salud.

Hace unos años, cuando escribíamos el libro *Alimentos sustentables a la carta*, conversamos sobre estos temas con ella, quien es una apasionada crítica de que la aprobación para sembrar y consumir alimentos transgénicos se base sólo en la información presentada por las empresas, tanto en Estados Unidos como en México, porque eso implica un conflicto de intereses.

Por ello, la doctora Álvarez Buylla está convencida de la necesidad de que las autoridades responsables de protegernos contra los riesgos ambientales y sanitarios impulsen cuantas investigaciones independientes y sin conflicto de intereses se requieran. ¿Qué está haciendo ahora que ella es quien vela por los intereses del Conacyt, que son los mismos de la nación? Nos quedó a deber su respuesta, pese a nuestra reiterada insistencia, y también a los lectores de este trabajo.

Por su parte, el doctor Rivera Dommarco sugiere al Conacyt, así como a otras agencias donantes en México, “favorecer estudios rigurosos para evaluar las acciones, políticas y programas [de combate a la obesidad] y hacer investigaciones de impacto muy sólidas para ver qué está funcionando y así ir generando mayor evidencia de eficacia y efectividad”.

El titular del INSP piensa también “que se requieren fondos que fomenten los estudios multidisciplinarios”, pues es primordial

trabajar en proyectos de salud con agrónomos y con quienes defienden la agrobiodiversidad de México, incluso para anticiparnos a los efectos del cambio climático en la agricultura. Por ejemplo, con la Conabio, que “tiene una gran riqueza sobre la variedad de alimentos que podríamos recuperar y que permitirían alimentar a la población. Más aún, ahora que requerimos mayor cantidad de proteína de origen vegetal, podría impulsarse a nivel masivo el consumo de insectos comestibles”.

Otra cuestión que nos podría haber esclarecido la titular del Conacyt es si éste ya dismanteló “dos teosofías” que parecían regir al Consejo, según dijo Hugo Aboites Aguilar en su intervención en el Ciclo de Conferencias y Mesas de Diálogo “Ciencia por México”.

La primera de aquéllas era la “teoría de los tres gatos”, según la cual los dictaminadores de proyectos de investigación en el Consejo se quedaban con 30% de los recursos destinados a éstos. Ante los reclamos, ellos respondieron: “Como en este país realmente sólo hay tres gatos que estudian a fondo la ciencia, pues les corresponde a ellos ser dictaminadores y ser también agradecidos con los fondos correspondientes” para sus propios proyectos. La segunda era la “teoría evangélica de la ciencia”, de acuerdo con la que los recursos debían distribuirse conforme al evangelio de san Mateo: “A quien más tiene es al que más se le ha de dar, y al que menos tiene hasta lo poco que tiene se le ha de quitar”.

Por otra parte, es un secreto a voces que hasta hace poco el Conacyt repartía los apoyos a los mismos investigadores e instituciones de siempre –que para seguir con la metáfora faunística llamaremos el grupo de las *vacas sagradas* y sus *becerras* protegidos–, cuyos proyectos estaban pre-aprobados. Tales prácticas mafiosas no tienen justificación en la comunidad científica, pero podrían entenderse por la precarización de la vida académica y científica. (Véase Recuadro 3.)

Pero ni la miseria de las arcas nacionales, ni la miseria humana de quienes reparten los presupuestos o se benefician indebidamente con ellos, ni la pauperización del trabajo académico y científico ni la miopía de los políticos para dotar de más recursos a la educación, la ciencia y la tecnología para hacer de éste un mejor

país, terminan de explicar el porqué los investigadores acogen la ayuda financiera de la industria.

Hay mucho más de fondo, y en esas profundidades nada es casual. Para entender mejor lo que pasa, conviene saber que las corporaciones llevan décadas desarrollando toda una estrategia –que por cierto significa “arte de proyectar y dirigir las operaciones militares, especialmente las de guerra”. Resulta vital conocer en qué consiste esta estrategia para desmontarla.

Vamos a asomarnos juntos a esa *Verdad desagradable*, guiados por Marion Nestle, profesora Paulette Goddard de Nutrición, Estudios de Alimentación y Salud Pública en la Universidad de Nueva York:

En términos de salud pública, los conflictos inducidos por la industria constituyen un problema “perverso”, uno que no tiene una solución fácil más allá de no tomar el dinero. Pero en el mundo real de la investigación y la práctica de la nutrición, no tomar el dinero es más fácil decirlo que hacerlo, especialmente por aquellos que son más dependientes que yo del financiamiento externo para su investigación y su salario.

ARTE Y CIENCIA DE LA GUERRA CONTRA LAS REGULACIONES

Nada es fruto de la casualidad, y menos en estos terrenos. Las historias a las que nos acercamos en el capítulo anterior sobre los primeros intentos por regular la industria de alimentos, enseñaron a quienes impulsaban las políticas públicas a ir tomando distancia de aquélla. Al analizar estos procesos tras unos años, aprendieron que no sólo ésta, sino otras industrias actúan siempre conforme a un guión, madurado durante décadas en especial por las corporaciones tabacaleras.

¿Qué tienen en común industrias tan distintas, por ejemplo, como la de alimentos, la petrolera, la del tabaco y la de armas de fuego? Primero, que todas ellas producen productos que contribuyen a los problemas de salud más graves del mundo, nos responde el libro *Letal pero legal: corporaciones, consumo y protección de la salud pública*, de Nicholas Freudenberg.

Echémosles un ojo a las elocuentes cifras de nuestro país:

- 60 mil personas mueren cada año por enfermedades asociadas al tabaquismo, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco 2016-2017.
- 49 mil 95 muertes se le atribuyeron en 2017 a la contaminación ambiental, según la OMS, provocada en buena medida por el uso de combustibles fósiles para generar electricidad y autotransporte, ambos factores del cambio climático.
- 26 mil 227 personas asesinadas por armas de fuego en 2018, según el INEGI, y
- 24 mil mexicanos fallecen al año por el consumo de bebidas azucaradas, tan asociadas con el aumento de la obesidad y de enfermedades como la diabetes, conforme a datos de 2016 de la Alianza por la Salud Alimentaria.

Además, todas estas industrias tienen otras tres semejanzas:

1. Aunque son consecuencia del desarrollo científico y tecnológico, que se supone resolvería muchos de los problemas de la humanidad, paradójicamente estas plagas modernas son “resultado de la nueva ciencia y tecnología, que se han utilizado para promover ganancias en lugar de prevenir las enfermedades”, como documenta el coordinador del Instituto de Política Alimentaria de la Universidad de la Ciudad de Nueva York, Nicholas Freudenberg.
2. Derivado de ello, se convierten en controversias tecnocientíficas temas como los posibles daños a la salud del azúcar agregado y los edulcorantes en los refrescos, de la nicotina en el tabaco o de los gases con efecto invernadero al medio ambiente, entre muchas otras secuelas de este sistema de consumo compulsivo al que poco o nada le importan sus perjuicios, y
3. Aunque la gran mayoría de estas muertes podría evitarse mediante una serie de medidas preventivas, estas industrias –como toda empresa que produce productos dañinos a la salud– recurren a una especie de manual o libro de jugadas, que les ofrece una estrategia y un conjunto de tácticas para enfrentar cada regulación que se quiera establecer.

Este libro de jugadas o *playbook* se ha convertido en una herramienta esencial de lo que Freudenberg llama “el complejo de consumo corporativo, una red de corporaciones, instituciones financieras, bancos, asociaciones comerciales, publicidad, cabildeo y firmas legales, y otras que promueven el hiperconsumo”, con la complicidad de gobiernos que se olvidaron de su deber de proteger la salud de las personas al favorecer a los intereses privados sobre los públicos.

En este escenario, al ponerse al servicio de poderosos consorcios, la ciencia y la tecnología de frontera (biología evolutiva, bioquímica, neurociencias, tecnología de alimentos e ingeniería genética) prestan un doble servicio de incalculable valor a la industria de alimentos y bebidas:

- a) Por una parte, al diseñar, producir, publicitar y vender más comestibles ultraprocesados a más consumidores, contribuyen decisivamente a las epidemias de obesidad y demás enfermedades relacionadas con la dieta.
- b) Por otra, dentro del libro de jugadas la ciencia corporativa desempeña un papel crucial para impedir, debilitar o retrasar las regulaciones, e incluso para considerarlas inútiles o que ni siquiera se vea la necesidad de regular.

Resulta sumamente importante analizar y dar a conocer este libro de jugadas o *playbook* porque revela con nitidez el modo como opera la industria y permite identificar el “conjunto de tácticas políticas y legales para influir en las políticas, moldear las percepciones públicas y obtener investigaciones que ayuden con tales esfuerzos”, como sintetiza Fabio da Silva Gomes en el libro más reciente de Marion Nestle, *Unsavory Truth*.

Si nos fijamos bien, varias de estas tácticas se relacionan con el conocimiento científico y sus practicantes:

- Poner en duda la ciencia
- Financiar la investigación para producir los resultados deseados
- Ofrecer obsequios y acuerdos de consultoría

- Usar grupos fachada
- Impulsar la autorregulación
- Promover la responsabilidad personal como tema fundamental
- Utilizar los tribunales para desafiar a los críticos y las normas desfavorables.

Tras analizar seis industrias (tabacalera, automotriz, farmacéutica, armamentista, de alcohol y de alimentos), Freudenberg sostiene que todas ellas utilizan las mismas tácticas revisadas por Marion, aunque incluye otras. Es muy revelador:

Diseñan y promueven agresivamente los productos sin probar adecuadamente su impacto en la salud. Hacen afirmaciones falsas o engañosas sobre los beneficios para la salud de sus productos y minimizan los daños conocidos o buscan oscurecer la ciencia que demuestra este daño. [...] Fomentan estilos de vida y patrones de consumo que dañan la salud de la población, especialmente de las poblaciones vulnerables, como los niños. [...] Socavan las regulaciones y los estándares diseñados para proteger la salud pública o el medio ambiente cuando se percibe que estas protecciones ponen en peligro las ganancias o la participación de mercado. Y distorsionan la democracia mediante el uso de contribuciones a campañas [políticas] y el cabildeo para superar el apoyo popular para una protección más sólida de la salud pública.

Uno de los especialistas en salud pública que más ha trabajado el tema del conflicto de intereses en México es el doctor Simón Barquera. Al entrevistarle, no podíamos dejar de preguntarle acerca del libro de jugadas. Al director adjunto del Centro de Investigación en Nutrición y Salud del INSP se le vienen a la cabeza multitud de ejemplos, pero considera que casi siempre caen en las cuatro categorías de estrategias identificadas por el Fondo Mundial para la Investigación del Cáncer (World Cancer Research Fund), del cual es miembro:

1. **Negar:** “Vean a Jaime Zabludovsky, presidente ejecutivo de ConMéxico, diciendo: ‘No es cierto que haya evidencia de

que el etiquetado de alerta funciona, ni es cierto que el etiquetado GDA no se entiende”. Barquera nos cuenta que acababa de ver una entrevista donde el reportero le dijo que él no lo entendía. Zabludovsky respondió: “Bueno, es como aprender el abecedario. Te lo necesitan enseñar, y entonces ya lo entiendes muy bien. El gobierno tiene que invertir en esto”.

2. **Retrasar:** Aceptan que el INSP haga investigación, “pero que sean estudios con calma, independientes”, donde *independientes* quiere decir que no estén en contra de ellos. Ponen mil y una trabas con el fin de retrasar: “Por ejemplo, dicen: ‘Necesitamos más tiempo para demostrar que el etiquetado actual funciona’. Y así han transcurrido más de tres años”.
3. **Dividir.** Algunas empresas, comenta Simón Barquera, reconocen que el etiquetado GDA no se entiende, pero sugieren probar otros. Así que van “a hablar con todos los investigadores a ver si por ahí algún despistado les compra la idea”. Y cuando lo encuentran dicen: “No, espérense, hay dos grupos de investigadores. Ustedes quieren el etiquetado de advertencia, pero este grupo dice que el Nutriscore francés es muy bueno”. Eso es dividir.
4. **Desviar.** Barquera ejemplifica: “Desviar es meterle un periodicozo a la Secretaría de Salud cuestionándola: ‘En lugar de estar ahí metiéndose en cosas que no deben, deberían arreglar el sistema de salud que tan mal está’”. Y luego otro periodicozo criticando el impuesto a los refrescos: “En riesgo la economía nacional porque la industria se va a caer, pues ya no podrá vender refrescos y papitas en las escuelas”, o “Quedarán desempleados todos los que trabajan en esa industria”. Esto es desviar la atención a otros temas.

Alguien quien también tiene bien claro de qué estamos hablando es el doctor Abelardo Ávila, protagonista de varias batallas en este campo: “Se trata de una estrategia múltiple que tiene componentes mercadotécnicos, pero también de ingeniería fiscal, de cabildeo político, todo ello bien articulado. Esto conforma una estructura tremenda que ha evitado las regulaciones. Es tal la ca-

pacidad de control sobre el sistema judicial, que ya no requieren entrar a la batalla de si sus productos son perjudiciales o no para la salud. [...] Eso lo hicieron en un principio, de manera escandalosa, diciendo ‘nuestros productos no son dañinos, son re’buenos para la salud’”.

Dice estar asombrado de la enorme capacidad de la industria y la integralidad con que atacaron todos los frentes en México, “desde poner a un gerente de Coca-Cola como Presidente de la República, además de haber articulado todos los espacios como parte de la relación de la industria con escuelas, institutos de investigación, nutriólogos...”. En este esquema representa un eslabón importante la cooptación de aliados mediante el pago de viajes a congresos o propuestas de empleo en las empresas.

Otro personaje central en esta historia es el doctor Mauricio Hernández, a quien le tocó participar en las escabrosas negociaciones del Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria (ANSA), sobre todo con el grupo de ConMéxico. Fue entonces cuando percibió que existía “una estrategia bastante bien organizada de la industria para ir alargando los tiempos, una decisión de no avanzar”. Tal estrategia funcionó “porque las políticas públicas operan por sexenios, y una vez que cambia el sexenio es muy poco probable que una política transite hacia el otro gobierno”. Eso pasó con el ANSA, “que se aprobó hasta el último año del gobierno de Calderón, y eso lo debilitó mucho en términos de su permanencia”.

A lo largo de este trabajo iremos desmenuzando este libro de jugadas, sobre todo en lo que concierne al uso de la investigación, el medio académico y las sociedades profesionales, y contaremos algunas truculentas historias.

Para nosotros resulta esencial tener en mente cómo funciona esa serie de tácticas, ya que en ellas es posible escudriñar los conflictos de interés a los que da lugar cualquier tipo de apoyo económico que ofrece la industria de alimentos y bebidas a los investigadores, académicos y profesionales de la salud, no sólo a nutriólogos y pediatras, sino incluso a especialistas en ciencias sociales. (Véase Recuadro 4.)

Y no debemos olvidar el motor que hace seguir funcionando el libro de jugadas: la creación, mantenimiento y manipulación

de la ignorancia por medio de aquel conjunto de tácticas. Es la que Robert Proctor llama ignorancia como trabajo estratégico, o construcción activa, detrás de la cual “ciertas personas no quieren que sepas ciertas cosas”, por lo que ocultarán datos esenciales o procurarán confundirnos alimentándonos con dudas, propagando la incertidumbre o de plano cocinando *fake news*, con tal de mantenernos sumidos en la ignorancia. Ya que hablamos de un conjunto de tácticas, es evidente que mantenernos en la ignorancia es resultado de una “ingeniería activa de un plan deliberado”.

EL CAMINO DEL TABACO

El investigador Martín Lajous reconoce haberse acercado recientemente al tema del conflicto de intereses, pero al igual que varios de los especialistas que consultamos se remite a dos ejemplos históricos importantes, la industria tabacalera y la farmacéutica: “Parecería que la industria alimenticia está tomando la experiencia de lo que hizo la industria del tabaco para comprar influencia a través de distintas estrategias, básicamente, influir en la agenda de investigación y generar resultados alineados con los objetivos de las industrias. Esto lo reprodujeron posteriormente las farmacéuticas y ahora lo estamos viendo en la industria alimentaria”.

Nuestras pesquisas documentales también apuntan en esa dirección: todos los caminos conducen al tabaco. Acercarse a la historia de esta industria, de la mano de Robert Proctor, Nicholas Freudenberg, David Michaels y Marion Nestle, nos abrió los ojos para comprender lo que sucede en el tema de la alimentación.

Ya desde hace muchísimo las fábricas de puros y cigarros bien que sabían del daño que causa fumar, pero poca gente reclamaba. Aunque no había de qué preocuparse, la industria tabacalera estaba muy consciente de que la salud era un obstáculo comercial. Por ello publicitaba los filtros L&M como “justo lo que me recetó el médico” y anunciaba que los Camels eran fumados por “más médicos”.

Cuando salieron a la luz en 1950 cinco estudios que relacionaban el fumar con el cáncer de pulmón, la industria tabacalera

seguía sumida en una plácida modorra. Ni siquiera tenían una asociación comercial los productores de tabaco y los fabricantes de cigarros. Sólo despertaron en diciembre de 1953 con el llamado a organizarse del gurú de las relaciones públicas John Hill, quien les advirtió sobre los nubarrones cercanos y ofreció la ayuda de su firma Hill and Knowlton. Fue profético, pues ya en esa misma década se prohibieron los anuncios que vinculaban salud con cigarrillos. La publicidad apeló a otras motivaciones: fumar era sinónimo de juventud, vigor y belleza, y luego de libertad, riesgo y rebelión.

Una vez contratada, Hill and Knowlton recomendó a las cigarreras hacer una declaración a la sociedad, manifestando que “la salud pública es fundamental para todo lo demás”, así como crear un Comité de Investigación de la Industria del Tabaco. Ésta debería inspirar confianza en que sería capaz de aportar información científica para refutar totalmente cualquier acusación sobre daños a la salud. La mejor arma para luchar contra la ciencia era con la ciencia.

El horizonte anunció tormentas en 1954, cuando se conoció el estudio Hammond-Horn, el más grande y riguroso hasta la fecha sobre el tabaco y la salud. Para David Michaels, “ése debería haber sido el final del debate sobre si fumar es peligroso [...] todos los científicos y todos los ejecutivos deberían haber dicho: ‘Sí, se necesita más investigación, pero hasta que descubramos que estos resultados son incorrectos, supongamos que los cigarrillos son asesinos y tratémoslos en consecuencia”.

La industria se defendió demandando “una investigación básica ampliamente extendida, amplificada y diversificada sobre la relación de varios hábitos de los diferentes tipos de seres humanos con su salud y bienestar a lo largo de su ciclo de vida”. De entrada, montó una gran campaña informativa y publicitaria, al igual que a través de estudios científicos bien financiados. Aseguró a los fumadores que aún no se había “probado” el peligro. Tachó la epidemiología de “meras estadísticas”. Cuestionó la validez de los experimentos pulmonares con animales. Ridiculizó el hallazgo de enfermedades del hígado en autopsias. A sabiendas de lo complicado que es probar en animales los daños del tabaquismo, invocaba ensayos de laboratorio y alentaba la investigación “de verdad objetiva” como la única forma de resolver la “controversia”.

Proctor lo resume así: “Los apologistas del cigarrillo trabajaron en un círculo lógico convenientemente ajustado: ninguna evidencia era lo suficientemente buena, ningún experimento lo suficientemente cercano a la condición humana”.

Los estudios patrocinados por la industria desplegaron creatividad, inspirados en este principio: había que descubrir otras causas de enfermedad, fumadores sin cáncer, nuevas asociaciones de cualquier tipo... La consigna, resume Michaels, era “encontrar cualquier cosa, menos la verdad”, pues de todas formas el ciudadano de a pie no está preparado para “distinguir la buena ciencia de la mala”.

Michaels se pregunta si no fue un esfuerzo legítimo de la industria generar investigación para refutar la correlación del tabaquismo y la enfermedad. No, responde contundente:

Los millones de páginas de los documentos y estudios internos de *Big Tobacco* que han salido a la luz como resultado de demandas demuestran que la industria trabajó incansablemente durante décadas para promover sólo los estudios que respaldarían sus conclusiones predeterminadas, y suprimiría cualquier hallazgo que sugiriera lo contrario.

Todo indica que el documento preferido de varios de los autores consultados por nosotros es un memorándum enviado por el ejecutivo de una compañía cigarrera al que se le escapó este comprometedor gazapo: “La duda es nuestro producto, ya que es el mejor medio para competir con el ‘cuerpo de hechos’ que existe en la mente del público en general. Es también el medio para establecer una controversia”. David Michaels incluso tituló su libro precisamente *La duda es su producto: Cómo el asalto de la industria a la ciencia amenaza su salud*.

A estas alturas, parece increíble que la mayoría de la gente aún no se dé cuenta de que con demasiada frecuencia las corporaciones manipulan la ciencia para confundirnos y sembrar dudas, “con el fin de frustrar la regulación y convencer a los legisladores a no actuar y al público a no preocuparse”, apunta el certero Michaels. Como dijimos antes, eso no pasa sólo en la industria del tabaco, sino en muchas otras como la del alcohol, las armas de fue-

go, la automotriz, la farmacéutica y la alimentaria. En todas ellas, la ciencia detrás de las políticas públicas para proteger la salud de los ciudadanos ha sido sistemáticamente puesta en duda por estudios financiados por la industria.

Para los años ochenta, los publicirrelacionistas de la industria del tabaco cristalizaron muchas de estas ideas al crear el movimiento llamado “ciencia sólida”. Lo contrario era la “ciencia basura” que, como cabe suponer en este esquema perverso, es la hecha por los investigadores que están en el campo de la salud pública e impulsan las regulaciones. Como sintetiza Michaels:

Vilipendiar cualquier investigación que pueda amenazar los intereses corporativos como “ciencia basura” y santificar su propia investigación comprada y pagada como “ciencia sólida” es de hecho orwelliana, y nada menos que el actual procedimiento operativo estándar. [...] la dicotomía ciencia sólida / ciencia basura ha hecho maravillas como un truco de relaciones públicas y ha ganado una amplia aceptación en el debate actual sobre el uso de evidencia científica en las políticas públicas.

Un breve episodio de esta historia digna de novela negra –que se extiende hasta hoy con el controvertido cigarro electrónico– llegó a la pantalla grande. La refiere Michaels, y la recordarán muchos de los lectores que vieron *The Insider*, titulada en México *El informante*. La película narra lo sucedido a Jeffrey Wigand, un ex científico que trabajaba en la industria y se acercó al programa *60 Minutos* para revelar los engaños que se cocinaban en las tabacaleras, asqueado por las mentiras de que habían sido capaces.

Resulta asombroso que contra la abrumadora evidencia científica, por más de setenta años las tabacaleras han sido capaces de sembrar dudas e incertidumbre al cuestionar todos los estudios adversos y así conseguir demorar y hacer menos estrictos tanto los controles como la compensación a las víctimas... Si no fuera por las incontables muertes, sería perfecto.

Por ello, destaca Proctor, los traficantes de tabaco son “los maestros de fomentar la ignorancia para combatir el conocimiento”, a veces generando conocimientos falsos. Aquí no cabe la inocencia:

las tabacaleras fingían ignorar los peligros, pero simultáneamente financiaban investigaciones que actuaran como cortina de humo o coartadas para distraer de los peligros reales y sostener que la ciencia no tenía *pruebas definitivas*. Con este argumento, engañaban a los fumadores para seguir consumiendo.

Para Proctor, los estudios pagados además permitían desestabilizar los hechos, mediante tres estrategias clave: 1) ocultar cualquier peligro que supiera la industria, mientras financiaba investigaciones que simulaban estudiar la relación del tabaco con la salud; 2) destacar todas las explicaciones posibles del cáncer, excepto el tabaco, y 3) generar confianza en virtud de su alianza con la ciencia, entre los fumadores, en la comunidad científica y en las agencias reguladoras.

¿Para qué? Obviamente, “para encubrir el verdadero objetivo (vender más productos) bajo el manto de la religión de la ciencia de la era moderna”, concluye Freudenberg.

Pongamos fin a esta saga con la aguda Marion Nestle: “El tabaco gana el premio, sin dudas. Ninguna industria ha empleado la estrategia de promover la duda y la incertidumbre de manera más efectiva, por un periodo más largo y con consecuencias más serias”. Porque además de su maquiavélica ciencia, las empresas poseen muchos otros trucos:

[...] fumar cigarrillos es una cuestión de responsabilidad personal, los intentos del gobierno por regular el tabaco son manifestaciones de un Estado “niñera”, las restricciones a fumar infringen la libertad y las investigaciones que reportan los daños por fumar son “ciencia basura”. Demos crédito a la industria tabacalera por la producción del modelo que ahora siguen otras industrias, entre ellas la industria alimentaria.

¡Tenemos tantas lecciones que aprender de esta historia para desmontar mejor el engranaje de la industria alimentaria, si queremos que ya no nos vea la cara! Tampoco es demasiado difícil desenmascararla porque lo que ahora afirma acerca de los refrescos, por ejemplo, sigue el mismo guión de las compañías cigarreras, como cualquiera lo puede comprobar haciendo sencillos ejercicios como sustituir las palabras *fumar*, *cigarrillos* o *tabaco*, según corresponda:

Beber refrescos es una cuestión de responsabilidad personal, los intentos del gobierno por regular el *azúcar* o los *edulcorantes* son manifestaciones de un Estado “niñera”, las restricciones a consumir *refrescos* infringen la libertad y las investigaciones que reportan los daños por *tomar refrescos* son “ciencia basura”.

DEFENDER PRODUCTOS, GRAN NEGOCIO

Al cabo de unos años, la firma Hill y Knowlton también se haría célebre como defensora de los fabricantes de productos con plomo, cloruro de vinilo, asbesto... Sin embargo, nos revela David Michaels que en Estados Unidos la “industria de defensa de productos” se ha desarrollado y alcanzado una especialización inimaginable en el negocio de ayudar a las corporaciones a luchar contra los controles, conforme crece el aparato regulador establecido por el Congreso.

Las actuales *boutiques* especializadas dirigidas por científicos (ChemRisk, el Grupo Weinberg, Exponent, Inc. y otras firmas consultoras) ahora trabajan para los fabricantes de cualquier producto al que se le relacione en las noticias con daños a la salud humana o ambiental. “Su modelo de negocio es sencillo –explica Michaels–. Se benefician al ayudar a las corporaciones a minimizar la salud pública y la protección del medio ambiente y luchar contra las agencias reguladoras y contra las reclamaciones de lesiones y enfermedades”.

Su oferta de servicios profesionales incluye toxicólogos, epidemiólogos, bioestadísticos, evaluadores de riesgos, expertos en control de daños y en comunicación corporativa, entre otros. Parecen hacer ciencia y cumplir con el método y los protocolos científicos, sostiene el perspicaz Michaels:

Sin embargo, todo es una farsa. El trabajo tiene una motivación primordial: la defensa de la posición del patrocinador en el tribunal civil, el tribunal de opinión pública y el ámbito regulatorio. A menudo diseñados para abordar los problemas que surgen en los litigios, se parecen más a los alegatos legales que a los artículos científicos. En el ámbito regulatorio, los estudios son útiles no porque sean un

buen trabajo que las agencias reguladoras deben tomar en serio, sino porque obstruyen la maquinaria y hacen más lento el proceso.

Por supuesto, aunque esto poco se ha documentado, estas empresas han tenido mucha ropa sucia que lavar en México, aplicando el libro de jugadas. ¿Su primer objetivo? Permitir a la industria cigarrera evitar o debilitar el Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT) de la OMS, de 2003, que obliga a los gobiernos a restringir la comercialización del tabaco, aumentar los impuestos y limitar la participación de la industria en el diseño de la política pública.

Nicholas Freudenberg comenta que si bien México fue la primera nación latinoamericana en firmar el CMCT y “tiene algunas de las reglas más estrictas para el control del tabaco, también aquí las compañías tabacaleras globales como Philip Morris han podido retrasar o debilitar la implementación”. Señala que dos tercios del negocio del tabaco en México están bajo control de Philip Morris International (PMI), de cuya junta directiva fue miembro el influyente Carlos Slim de 2007 hasta 2013, cuando anunció la venta del 20% restante de su participación en Philip Morris México y se retiró de la producción y venta de cigarros en este país, tras 30 años de participar en esa industria en asociación con PMI.

Ante la poderosa palanca de uno de los hombres más ricos del mundo y el cabildeo por parte de British American Tobacco –cuyo presidente era Slim–, el gobierno mexicano prefirió buscar acuerdos con la industria que enfrentarla. El arreglo al que llegaron con Slim en 2004 el presidente Vicente Fox y el secretario de Salud Julio Frenk, aun con ciertos logros, representó una pérdida de capacidad del Estado al otorgar a la industria un cheque por tres años contra el aumento de impuestos, limitando la política fiscal y ablandando los controles publicitarios.

Si bien sabía el doctor Frenk que el tabaco es malísimo y que el alcohol en exceso es malo, no pensaba lo mismo acerca de las bebidas con azúcar añadido. Peor aún, el doctor Abelardo Ávila nos contó que el entonces secretario de Salud sufrió un resbalón terrible en una reunión “al decir que había que integrar a Coca-Cola y a la industria a la campaña de salud”. Para el investigador del Ins-

tituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán, Frenk “era un profesional de gran inteligencia y buenas intenciones, de éstas que pavimentan el camino al infierno”. El caso es que ante los reclamos de varios de los presentes, contestó que “no está científicamente demostrado que los refrescos causan obesidad”.

Ávila no podía creer que el nivel de evidencia del secretario de Salud fuera el sentido común: “Ésa era mi posición de estudiante, cuando pensaba que si el refresco tiene glucosa no puede hacernos daño, porque con eso producimos la energía”. Pero hace mucho que cambió de punto de vista, cuando conoció los estudios metabólicos en los que se observó “que los excesos de azúcar eran los que generaban la glicosilación de proteínas”. En cambio, Frenk hizo suya la versión de la industria.

Por eso Ávila se explica que cuando declaraba a los medios de comunicación algo inapropiado a los ojos de los altos funcionarios, “la Secretaría de Salud inmediatamente llamaba al director del Instituto, diciendo que ‘cómo era posible que un investigador de aquí diera esas declaraciones irresponsables, sin evidencia científica’. La evidencia ya era contundente. En ese entonces alrededor de 60 mil o 70 mil pacientes pasaban cada año por una dulce agonía. Y ahora la cifra ya debe acercarse a los 100 mil”. Se refería al documental *Dulce agonía*, de El Poder del Consumidor, en el que participó en 2014 junto con otros especialistas para exponer la dimensión de la epidemia de diabetes en México.

La última joya de la corona es uno de los argumentos de la jueza Laura Gutiérrez Romo para otorgar a la Concamin, el 26 de febrero de 2020, la suspensión provisional del proceso de creación de la NOM-051 de etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasadas: “No se tomó en cuenta la evidencia científica”. Le faltó decir que hablaba de “*la evidencia científica financiada por la industria*”, porque la otra, sin conflicto de intereses, se usó en abundancia en dicho proceso: si no es su “evidencia”, no hay ninguna que valga.

Respecto a la influencia corporativa de las farmacéuticas, Marion Nestle destaca la forma como inducen a los médicos a recetar sus medicamentos y encargan investigación para demostrar que éstos son más seguros y efectivos que otros. Pero más le lla-

ma la atención que la industria de alimentos esté tan rezagada en comparación con las medidas para regular en Estados Unidos a las empresas farmacéuticas, incluyendo la divulgación de pagos y otros vínculos financieros con compañías farmacéuticas por parte de médicos e investigadores.

Marion piensa que, a semejanza de lo que sucede con las farmacéuticas, la influencia de la industria alimentaria es un problema general y ético:

Las empresas alimentarias también distorsionan la investigación para centrarse en temas útiles para el desarrollo de productos o la comercialización, influyen en los investigadores para que den un giro favorable a resultados equívocos, y animan a los profesionales de la nutrición a ofrecer opiniones sobre productos de los patrocinadores o guardar silencio sobre los efectos desfavorables. Cuando los profesionales de la nutrición se asocian con compañías de alimentos, parecen estar más interesados en promover los objetivos de mercadeo de la industria que en promover la salud pública.

Salvo honrosas excepciones y sin que esto implique necesariamente un indicio de corrupción, partamos de un principio básico: cuando reciben un financiamiento o apoyo, los investigadores en salud, los pediatras y nutriólogos –cuya prioridad debiera ser generar o compartir conocimientos científicos y brindar orientación para una alimentación saludable– casi inevitablemente, de forma consciente o inconsciente y aun teniendo intenciones honestas, tienden a ver con buenos ojos a quien “tan desinteresadamente” les echó la mano, por más que sostengan que aquello no influye en su perspectiva científica o profesional.

“Cuando uno acepta recursos de una empresa –nos explica el doctor Juan Rivera Dommarco–, automáticamente *you endorse company*, decía el doctor Derrick Jelliffe, gran promotor de la lactancia materna exclusiva y de la lucha contra las grandes compañías de sucedáneos. Es decir, tú le das prestigio a esa compañía, un estatus positivo, y como que además te asocias a ella”.

La cuestión es compleja. No es que los médicos, pediatras o nutriólogos se vendan o anden viendo de dónde sacan dinero.

Volvemos a la *Verdad desagradable* de Marion Nestle en busca de explicaciones: “La influencia es mucho más sutil, lo que hace que sea excepcionalmente difícil de prevenir o gestionar, o incluso de discutir. Si los destinatarios no creen que están influenciados por los regalos y los pagos, no ven ninguna razón para rechazarlos. No es que los médicos sean necesariamente corruptos; es el sistema el que está corrompiendo”.

En teoría, es posible recibir un pago de la industria de alimentos por investigar, o tejer vínculos financieros con ella, y preservar la independencia y la integridad. Pero con demasiada frecuencia, se ejerce una influencia indebida. Vivimos en una época en que basta una sospecha o un indicio de financiamiento de la industria para que un nutriólogo pierda la confianza de sus pacientes. Aun así, pese a los riesgos que esto entraña para su reputación, como señala la citada nutrióloga de la Universidad de Nueva York, la mayoría “ha considerado que los beneficios (en dinero, recursos y contactos) bien valen el riesgo”.

FINANCIAR INVESTIGACIONES, INVERSIÓN LUCRATIVA

Según la clasificación de Marion Nestle, las compañías de alimentos pueden pagar totalmente o sólo parte del costo de la investigación, y financiar todo el proceso del mismo o únicamente parte de éste; incluso, el apoyo se puede limitar a donar productos para probarlos en un estudio.

Aparte de costear la investigación, las empresas tejen otro tipo de lazos financieros con un investigador, desde ofrecerle la propiedad de acciones o de la patente hasta el pago de un salario; la contratación de servicios como consultor o miembro de un comité asesor o de una junta directiva; honorarios ya sea como testigo experto o defensor, o bien por hablar, escribir o participar en un foro o medio, y finalmente los seductores viáticos, incluyendo transporte, alojamiento y comidas, el turismo VIP.

Por su parte, para la industria alimentaria reclutar o “capturar” a científicos y nutriólogos o pediatras es una buena inversión porque eso no sólo le ayuda a vender comestibles ultraprocesados

–declarando que son inocuos– e incidir en el asesoramiento dietético –asegurando que son saludables–, sino que podría echarle la mano en materia de políticas públicas. Porque más allá de financiar la investigación en tecnología de alimentos para desarrollar productos, algo que siempre ha hecho la industria como indica Marion Nestle, “ahora están aún más interesadas en investigar para demostrar los beneficios para la salud de sus productos o para desacreditar la evidencia de lo contrario”. En el fondo, todo es cuestión de *marketing* porque, parafraseando la sabiduría popular mexicana, las corporaciones no dan paso sin huarache.

El llamado “efecto del financiamiento”, según el cual la investigación financiada por la industria favorece casi siempre los intereses del patrocinador, se documentó desde mediados de los ochenta, cuando los científicos sociales descubrieron que si sabían quién pagaba un estudio, podían predecir sus resultados.

Esto lo han confirmado las revisiones sistemáticas en el joven campo de la nutrición, que sugieren que en las investigaciones pagadas por las compañías de alimentos –o realizadas por expertos con vínculos financieros con dichas empresas– se repite lo que ocurre en otros campos: existe una abrumadora probabilidad de llegar a conclusiones favorables a la industria, en comparación con los estudios no pagados por ésta o sin tales vínculos.

En términos del diseño de investigación, para obtener un resultado apetecible basta con cocinar una sencilla receta: escoja las preguntas de investigación pertinentes, deseche las comparaciones inadecuadas, bata hasta dar un giro positivo a los resultados que no muestran un efecto y tire al bote de la basura los resultados desfavorables.

De hecho, en cada paso del proceso de investigación los investigadores pueden introducir sesgos, consciente o inconscientemente, dicen Lisa Bero y sus colegas de la Universidad de Sidney. Según Marion Nestle, éstos se percataron de que el financiamiento de la industria alimentaria no sale a relucir tanto en la forma como se llevan a cabo los estudios, pues es más probable que veamos sus efectos en la manera de formular la pregunta de investigación e interpretar los resultados. Ahí es donde aparece el peine, según vemos al paladear la *Verdad desagradable*:

Los ensayos sobre la obesidad financiados por la industria tienden a centrarse en el papel de nutrientes específicos [según el fabricante, unos criminalizan o santifican las grasas, otros los carbohidratos y algunos los azúcares], mientras que los ensayos financiados por fuentes independientes plantean preguntas más amplias y complicadas sobre el comportamiento de la dieta.

Como se trata de estudios por encargo, la probabilidad de sesgo resulta muy grande porque las empresas parten de que es una apuesta sobre seguro y que así probarán los beneficios a la salud de sus productos; por ejemplo, en vez de analizar una dieta en general, se centran en ciertos nutrientes, ingredientes o alimentos. Como resultado del encargo, el financiamiento empresarial “puede influir en los investigadores para que pasen por alto datos desfavorables, minimicen los resultados negativos o eviten publicarlos por renuencia a disgustar a un patrocinador”, afirma la también autora de *Soda Politics*.

Abelardo Ávila concuerda con esa idea: “Sacan de la investigación aquel fragmento de la población que tuvo una ventaja y omiten los demás. Por ello esos estudios tienen el nivel más bajo de evidencia científica”.

Entonces, reflexiona Mauricio Hernández, “si se mapean las estrategias que utilizó y está utilizando la industria alimentaria aquí en México, resulta clarísimo que son exactamente las mismas que empleó la industria del tabaco, incluyendo la táctica de minimizar la evidencia científica mediante estudios hechos a modo para rebatir los hallazgos científicos independientes”.

De ahí que hoy en día, cuando alguien quiere publicar los resultados de una investigación en una revista científica de prestigio, coinciden Ávila y Hernández, debe declarar si tiene conflictos de intereses y quién financió su investigación. Evidentemente habrá alguien que prefiera dejarlo en lo oscuro, pero cuando esto se generalice aquí, quien lo oculte y se descubra arrastrará un gran desprestigio.

Sin embargo, aunque declarar tales conflictos es fundamental para transparentar y que se sepa quién está detrás de una investigación, no basta. Para el director general del Instituto Nacional

de Salud Pública, Juan Rivera Dommarco, cuando un investigador o una institución reciben financiamiento para una investigación, “debe haber una gran claridad y códigos muy claros sobre conflictos potenciales de interés”. Por cuestión de principio, enfatiza, “no puede ser que si voy a hacer un estudio sobre problemas de obesidad reciba financiamiento de la industria de alimentos o de bebidas. De ninguna manera. Allí a fuerza hay conflicto de interés”. No cree en sus colegas que aseguran que la industria no influye en las investigaciones que les patrocina: “Influye desde el momento en el que sugiere ciertos temas y no otros”.

Es de la misma opinión Mauricio Hernández porque por mucho prestigio que tenga un investigador, por más que diga “¿tú crees que por un viaje me van a comprar?”, a la hora en que “lo llevan en primera, lo hospedan en un gran hotel, lo tratan muy bien, entonces la verdad es que queda agradecido”. Luego permanece en el inconsciente y actúa como placebo aunque ya no le den nada, “pero el efecto placebo ahí está, y cambia su percepción de las cosas por la satisfacción que le dieron”. Lamenta que pocos investigadores entiendan esto o consideren intrascendente tener que poner en su artículo que reciben dinero de la industria.

Por supuesto, el peor escenario es cuando un especialista es invitado a participar en el diseño de políticas públicas o normas y no declara sus vínculos con la industria, porque con ello incurre en un claro conflicto de intereses. Quienes lo invitan a trabajar en ello, sin conocer ese antecedente, sólo pueden saber que está jugando para la industria hasta que presenta sus argumentos, momento en el que se ve si éstos son congruentes con lo que proponen los reguladores.

Para alguien que no cree que las cosas sean blanco y negro, como Martha Kaufer, “es muy purista decir cero pesos”. Ella piensa que “no necesariamente siempre las cosas son malas” y que es posible evitar conflictos de intereses si se discuten claramente desde el principio “cuáles son los alcances, cuáles son mis compromisos y qué es lo que yo no estoy dispuesta a hacer”, ya se trate de recibir financiamiento para realizar una investigación u organizar un congreso.

En el caso de una investigación, considera que “sería inaceptable, por ejemplo, que la empresa o entidad financiadora se metiera en los objetivos, en la conducción, en el manejo de los datos,

en qué se publica o no y en cómo se publican o no los resultados. Tendría que haber por escrito un convenio o lineamientos muy claros, donde se dijera a qué se compromete el investigador y que los resultados se van a publicar aunque no sean a favor del producto que se está probando”. También convendría especificar qué uso le puede dar la industria a esa información, a fin de que los resultados no se saquen de contexto ni se usen para algo indebido. Sin todas esas condiciones, “pues no se debería aceptar”, concluye Kaufer.

EN MÉXICO TAMBIÉN SE CUECEN ESTUDIOS FINANCIADOS

Ya hemos visto que Coca-Cola resulta un alumno avanzado en materia del libro de jugadas e investigación pagada. Tomemos una nueva probadita de la *Verdad desagradable* y refresquémonos con sus hallazgos.

Tan pronto como en Estados Unidos los investigadores comenzaron a correlacionar las bebidas azucaradas con las crecientes tasas de sobrepeso y obesidad, que ya desde inicios de la primera década de este siglo revelaron ser un grave problema de salud pública, Coca-Cola y la Asociación Americana de Bebidas se lanzaron al ruedo para minimizar dichos cuestionamientos a través del financiamiento de sus propios estudios.

Posteriormente, se llevaron a cabo seis estudios que compararon los resultados de las investigaciones pagadas por Coca-Cola sobre los efectos de las bebidas azucaradas con los obtenidos por investigaciones independientes. Marion Nestle refiere que todos los estudios concluyeron que las investigaciones costeadas por la refresquera tenían más probabilidades de llegar a conclusiones favorables que las demás –hasta ocho veces más probabilidades–, o bien reportaron menores riesgos a la salud relacionados con el consumo de estas bebidas.

Un estudio de 2016 fue más rotundo: “Esta industria parece estar manipulando los procesos científicos contemporáneos para crear controversia y promover sus intereses comerciales a expensas de la salud pública”.

Los análisis más recientes, “que revisaron un informe sistemático de los efectos adversos a la salud en los estudios financiados por la industria, sostienen que dicha investigación obstaculizó la búsqueda de una verdad científica sobre los efectos en la salud de las bebidas azucaradas, y pueden haber dañado la salud pública”.

Cuando la industria vio que el INSP y la Universidad de Carolina del Norte publicaron un primer artículo sobre los efectos de los impuestos a los refrescos en el *British Medical Journal* –una revista de alto impacto, revisada por expertos en salud pública–, financió a un grupo de investigadores del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), a uno de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) y a otro de El Colegio de México (Colmex) para que dieran otra versión. (Véase Tabla 2.)

Además de usar recursos propios, el Instituto Nacional de Salud Pública puso como fuente de financiamiento a Bloomberg Philanthropies, la Robert Wood Johnson Foundation y el Carolina Population Center. Los del ITAM declararon que los financió ConMéxico; el grupo del Colmex dijo haber sido financiado por la Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas (ANPRAC), y los de la UANL sólo tiempo después reconocieron haber sido costeados por la industria, pues al principio lo negaron. Es posible que haya sido la embotelladora más grande de América Latina porque en un blog del Banco Interamericano de Desarrollo, uno de los autores de dicho estudio publica un artículo sobre el mismo en una columna que aparece como “una contribución de FEMSA”.

Al comparar las conclusiones del INSP con las del ITAM y la UANL, “resulta interesante ver que todos llegaron a los mismos resultados”, subraya Rivera Dommarco; es decir, que hubo una reducción de 6% en 2014 respecto al año anterior, aunque el estudio del ITAM tomó como base las compras de alimentos y la UANL usó ventas.

Nos explica que, en teoría, “por cada 10% de aumento en el precio habría una reducción de 10% en el consumo”, pero como era previsible la industria implementó acciones de *marketing* para que la oferta no bajara tanto. Por eso, la primera medición en el estudio del INSP registró una disminución de 6% y en la segunda

de 9%, con un promedio de 7.5. “Eso era de esperarse y es lo que todo mundo encontró”.

Lo que resulta aun más interesante –“y ahí se ve cómo influye la fuente de financiamiento en las conclusiones”, reflexiona–, es que en vez de reconocer que se alcanzó el efecto previsible, los estudios del ITAM y la UANL “concluyeron que el efecto era muy pequeño, no significativo desde el punto de vista de salud pública, y que entonces el impuesto no vale la pena”.

El titular del INSP nos confía que en esa época había gente en la Secretaría de Salud que “tenía cierto compromiso con la industria, y ésta les pidió realizar una sesión en la Academia Mexicana de Ciencias (AMC) para que se presentaran los resultados de las tres investigaciones. Nos estaban poniendo al mismo nivel, aunque ellos no habían publicado en una revista científica, con revisión de pares, y nosotros sí”.

Rivera Dommarco narra que él presentó toda la evidencia, luego puso los tres resultados y mostró que en todos los casos “llegaron a la misma conclusión”. Para ellos fue muy complicado explicar su posición: “Bueno, sí..., pero nosotros creemos que el efecto fue pequeño”. Al ITAM y a la UANL “les llovieron críticas terribles” de los académicos de la AMC que estuvieron en la reunión, “se los acabaron”. Narra la escena: “Fue todo un *show*, porque la industria llevó un montón de gente. Estaban los grandes empresarios, incluido el presidente de la ANPRAC. La Secretaría de Salud se vio muy mal porque parecía que estaba obedeciendo una orden, muy preocupada por darnos el mismo tiempo a todos”.

Además, el académico de la UANL “tuvo el mal tino de decir que el problema de la obesidad en realidad era porque las mujeres ahora trabajan. Entonces se le vino encima todo mundo”.

El balance fue positivo para el director general del INSP, pues incluso los representantes empresariales “se dieron cuenta de que en realidad los tres estudios coincidían en lo mismo”. En vista de los resultados, piensa que si el impuesto fuera de 20%, como se propuso originalmente, se observaría una reducción de 15% en el consumo, o sea, un efecto más importante.

Respecto a la investigación del ITAM, Martín Lajous afirma haber discutido con uno de sus autores, Emilio Gutiérrez, acerca

del conflicto de interés derivado del financiamiento de la industria: “Él no lo reconoce. Dice que es puro”. Lajous ignora los términos del contrato que se firmó, pero asevera que si Gutiérrez hubiera publicado que es efectivo el impuesto a los refrescos, quien lo financió “se habría ido a otra universidad”.

Lajous agrega: “Emilio se queja de que hizo un *paper* y que nadie se lo quiere publicar. Pues es que la gente lo ve completamente conflictuado. No hay forma. Él es un tipo inteligente, pero no lo ve. De la misma forma en que él no lo ve, no lo ven los del Cinvestav, que declaran que recibieron dinero del Premio Rubén Lisker, que en realidad es dinero de la Coca-Cola. Creo que somos ingenuos todos los investigadores respecto a los conflictos de interés potenciales”.

En cuanto a la investigación del Colmex, sus autores no se presentaron ahí porque no utilizaron los mismos parámetros, nos dijo Rivera Dommarco, pues su estudio era sobre el efecto en el bienestar: “Ahí el truco fue que si le dices a la gente ‘ya no te puedes tomar tu Coca’, y ésta te da bienestar, pues entonces lo pierdes”. Sin embargo, es una investigación a modo porque sólo abordan el bienestar a muy corto plazo; ni por asomo lo consideran a largo plazo, traducido en reducción de enfermedad o de muertes.

De acuerdo con el convenio de colaboración suscrito por el Colmex y la ANPRAC, obtenido por nosotros a través del sistema Infomex, sus autores recibieron 1 millón 400 mil pesos y en la cláusula quinta acceden a que la ANPRAC supervise y revise en todo tiempo el avance de la investigación.

Aunque ninguno de los tres estudios financiados por las compañías fue publicado en una revista científica revisada por pares, no sólo por su deficiente calidad sino por el conflicto de interés que tenían, Mauricio Hernández opina que éstos “hicieron mucho daño porque la industria los difundió como la gran evidencia” de que el impuesto no era efectivo.

A esto se sumaron otras estrategias, agrega un documento de la Organización Panamericana de la Salud, como “presentar líderes de opinión y profesionales de la medicina y la nutrición, para posicionar sus argumentos en contra del impuesto y persuadir a la opinión pública”. Todo ello, idéntico que en el *playbook*, para gene-

rar incertidumbre acerca del impacto en la economía (pérdidas de empleo, recaudación, etc.).

CIENCIA SIN CONCIENCIA

Aparte de los beneficios que reporta a la industria el costear investigaciones, nos parece pertinente echarles un rápido vistazo a aquéllas que buscan explicaciones alternativas de la obesidad, en vez de la dieta y el entorno obesogénico. Veamos unos cuantos ejemplos típicos.

- ***La inactividad física, principal culpable***

Resulta muy claro que ésta es una de las explicaciones alternativas favoritas de la industria de alimentos y bebidas. Como vimos en un capítulo anterior, Coca-Cola montó la Red Global de Balance de Energía en la que sus “científicos” intentaron demostrar que la principal causa del sobrepeso y la obesidad era la falta de actividad física. De acuerdo con esta “teoría”, basta con que hagamos a diario suficiente ejercicio (una caminata de 7,116 pasos) para poder atiborrarnos toda la comida que queramos y beber cuanto refresco se nos antoje, ya que “activándonos” es posible quemar cualquier exceso de calorías.

De acuerdo con Juan Rivera Dommarco, “fomentar la investigación sobre actividad física, tratando de desplazar la culpa del problema hacia la inactividad y no hacia la alimentación, ha tenido un gran impacto en términos de las políticas, porque mucha gente se quedó con esa idea y nos dice: ‘No, el problema es la actividad física, no la alimentación’”.

Mauricio Hernández comparte totalmente esta apreciación, pues tal estrategia ha tenido gran resonancia gracias a todo el aparato publicitario y promocional con que cuenta la industria, aparte de muy buenos cabilderos: “Entonces, sus investigadores distraen la atención sobre una buena parte del problema y, al mismo tiempo, generan marca, porque se aprovecha para hacer un evento al que va el secretario de Salud a entregar los premios de investigación”.

Por supuesto que es saludable hacer deporte y ejercicio, ¿pero no resulta sospechosa la proliferación de gimnasios de unas décadas para acá, la cantidad de maratones y carreras que se organizan, el culto al músculo?

• ***Genética de la obesidad***

Ésta es otra explicación alternativa muy socorrida por los investigadores para favorecer a la industria. Ya en un capítulo previo Martín Lajous nos comentó lo llamativo que resulta que Coca-Cola financie investigación en la UNAM sobre genética de obesidad y diabetes, porque aunque permitirá conocer mejor la enfermedad, no nos ayudará a resolver estos problemas; la predisposición genética no explica la epidemia de obesidad de los últimos veinte años. Peor: ante el determinismo genético “ya no hay nada que hacer”.

Lucero Rodríguez también cuestiona las investigaciones de la UNAM financiadas por Coca-Cola porque “favorecen la explicación genética de la obesidad. O sea, en México somos diabéticos porque tenemos una predisposición, no porque te tomes medio litro de Coca-Cola todos los días, y menos si haces ejercicio”.

• ***Sedentarismo, estilos de vida, dieta tradicional***

Las explicaciones que apuntan a los factores culturales como el sedentarismo urbano, los modernos estilos de vida y la cocina tradicional mexicana también han sido algunas de las conclusiones a las que han llegado sesudas investigaciones, ideas que germinan en personas como Gabriel Reyes Orona, exprocurador fiscal. A juzgar por lo que dijo, este abogado parecía vocero de la industria, aunque concedamos que quizá sólo es víctima de la ignorancia promovida por la misma. Pero resulta asombroso que un profesional que llegó a ser procurador fiscal haga alarde de tanta ignorancia –tanta “falta de incultura”, diría Cantinflas– como la que endilgó al auditorio de Aristegui Noticias el 5 de febrero de 2020: “Yo creo que el origen de la obesidad en México es la dieta del mexicano (y no los procesados necesariamente), que incluye desde los tamales hasta cualquier clase de fritura que ningún otro país permitiría consumir”.

Y aquí caben explicaciones antropológicas que le vienen esputendo a la industria, como las de la doctora Miriam Bertran. Si

para la Asociación de Refresqueros “los seres humanos nacen con una preferencia innata por lo dulce”, para esta investigadora de la UAM Xochimilco, entre los factores que explican el consumo excesivo de bebidas azucaradas en México destaca la preferencia cultural del refresco en vez del agua: “Los testimonios dan muestras de que el acceso al refresco es un ideal”, nos revela en su libro más reciente, *Incertidumbre y vida cotidiana. Alimentación y salud en la Ciudad de México*.

Entonces, al igual que ante la predestinación de los astros o el determinismo genético y fisiológico, pareciera que ante la preferencia cultural no queda sino someterse a la tiranía del gusto por lo dulce.

Su conclusión nos deja pasmados: los consumidores de refrescos y bebidas azucaradas *conocen los riesgos* que implica beberlos en exceso: “Todos nuestros entrevistados de todos los estratos [...] consideran que los refrescos son malos para la salud, lo que no limita en absoluto su consumo”. Otro botón de muestra de la sesuda investigación de Miriam Bertran: “Como nunca antes, la población *sabe* de los riesgos de salud que tiene la obesidad, y como nunca antes, tenemos una población obesa”.

¿De veras toda la gente conoce bien los riesgos? Ni por asomo se le ocurre plantear que tanto la supuesta “preferencia” como el dulce riesgo se deben al ambiente obesogénico, a la carencia de una regulación más estricta por parte del Estado y a la falta de información del consumidor. Mucho menos en su libro toca con el pétalo de una crítica a la tenaz y persistente oposición de la industria a todos los intentos por regular la venta de comestibles ultraprocesados, pues se contenta con comentar que “para el combate de la obesidad y sus comorbilidades, no hay una estrategia completa bien estructurada [...] no hay una estrategia clara ni un programa establecido”.

Menciona el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria, que no incluyó “ninguna acción concreta”, salvo “algunas acciones específicas”, como la regulación de la venta de productos chatarra en las escuelas. Sin embargo, sospechosamente, omite decir que si no se ha desarrollado un combate integral, completo y bien estructurado ha sido en buena medida por el sinfín de trabas que las

empresas opusieron a esta y otras medidas, con el beneplácito de los gobiernos cómplices, según comentamos en estas páginas.

Coincidimos con el doctor Simón Barquera cuando señala que no es que Miriam Bertran “no tenga razón en algunas cosas, aunque las tergiversa cuando dice, por ejemplo: ‘El problema de la obesidad es mucho más complejo que el ponernos *etiquetitas*, pasa por la sociedad’. Pues sí, eso todos lo sabemos, pero sus comentarios le hacen el juego a las refresqueras”. Destilan un sutil aroma de conflicto de interés.

No cabe sino reconocer que las grandes compañías de alimentos y bebidas han hecho un gran trabajo para engañarnos hasta el cansancio. Más allá de la magia tecnológica y publicitaria para seducir nuestros sentidos y persuadirnos de seguir comiendo y bebiendo venenos, sin duda se han esforzado a niveles inimaginables para mantenernos en la ignorancia, corrompiendo y pervirtiendo en el camino incluso a la ciencia como búsqueda del conocimiento veraz, cimentada en principios éticos e instrumento para el bienestar humano.

Nos indigna que la industria y sus cómplices hayan llegado a ese extremo. Pero en la misma medida nos debe indignar a todos la falta de ética, de visión social y de sentido crítico de los investigadores, académicos, profesionales e incluso universidades y centros de investigación que se han prestado a esas maniobras, incurriendo en conflictos de intereses.

Estamos convencidos de que aún hay (y por fortuna muchos) investigadores, académicos, profesionales y funcionarios universitarios honestos, al igual que periodistas, servidores públicos, jueces y legisladores. Sin embargo, nos preocupa en particular que la comunidad científica y académica no se dé cuenta –y si se da, que no diga nada– de que está siendo utilizada, incurre en comportamientos inaceptables y participa en la creación de ignorancia.

Al final, todos debemos tener en mente que la manipulación de resultados de la investigación y la orientación nutricional influye en las políticas públicas en salud, pero además se traduce en información y consejos engañosos que llegan a la mesa de todos, la de ustedes y la nuestra. Es hora de detener esta construcción masiva de ignorancia.

RECUADRO 03

**PAUPERIZACIÓN ACADÉMICA:
LA TRAMPA DEL SNI**

El sociólogo Miguel Calderón nos ayuda a formarnos una idea más completa de las condiciones que propician el conflicto de intereses en la academia, o al menos a entender que tiene otros ángulos que no habíamos considerado.

Como nos explica Calderón –con maestría en estudios regionales, especializado en el tema de la pobreza y profesor de la Universidad Iberoamericana campus Puebla–, desde la década de 1970 las condiciones de vida de los académicos, junto con sus posibilidades de desarrollo personal y de investigación, han sido víctimas de un proceso de pauperización en todo el mundo, pero en países como México y en América Latina en general, éste ha sido un proceso muy acelerado.

Antes “podías dedicarte a hacer investigación dentro de tu universidad con tu sa-

lario y con los fondos universitarios a que tenías acceso. Hoy en día ya no”, reflexiona. Como resultado de esta pauperización, por una parte, surgió en las universidades europeas y estadounidenses la práctica de atraer recursos para investigación, algo que también se ha promovido en nuestras universidades. Pero “estos recursos no sólo se atraen para financiar la investigación en sí, sino se vuelven parte de la manutención de los propios investigadores”.

Por la otra, para Miguel Calderón, el Sistema Nacional de Investigadores (SNI) se creó como una estrategia para garantizar mayor productividad y compromiso de los académicos y, al mismo tiempo, compensar el deterioro de las condiciones de ingreso de los investigadores. Mas ese ingreso extra quedó desligado del salario formal y, por tanto, de jubilaciones y prestaciones, permitiendo al

Estado “evadir esas responsabilidades con el IMSS o el ISSSTE, las pensiones, etc.”. El SNI debería integrarse a su sueldo, sostiene.

Al mismo tiempo, ese sistema se volvió un mecanismo de certificación para vender este sello a un tercero que necesita una investigación; ya no se contrata a cualquier académico, aunque sea reconocido, sino a uno del SNI. Ello genera “un mecanismo muy perverso de contratismo porque a ti te contratan por tus habilidades y porque tienes la certificación del SNI”.

La insistencia de Miguel Calderón en manejar la segunda persona del singular hace muy vívida su narración: “Aun con todas esas credenciales, supuestamente tienes toda la libertad para realizar la investigación para la que te contrataron, aunque en realidad es muy relativa porque cuando entregas los primeros avances y ves los gestos que hacen ante tu trabajo los funcionarios de la Sedesol o de la Fundación Ford o de la automotriz Ford o de la

farmacéutica o de Nestlé... Como investigador te defiendes, pero...”.

Siguiente escena: “Cuando te vuelves a sentar frente al texto, dices ‘tal vez valdría la pena matizar’, y matizas esta primera investigación. Para la segunda investigación matizas mucho más, o de plano te autocensuras, porque si no lo haces, claro, sales de ese circuito de contratismo académico”.

Ante el panorama descrito, en su dura lucha por sobrevivir dignamente, “los académicos hoy en día no viven de un solo empleo, todos buscan algún ingreso adicional: clases extras, alguna investigación, algún proyecto, una consultoría. Y así van perdiendo autonomía como académicos y como investigadores”.

Para nuestro entrevistado, éstos deberían tener prohibido “hacer otro tipo de trabajos de forma financiada. Como ocurre con los funcionarios de la Cepal, que pueden realizar un proyecto, pero sin recibir un pago adicional por éste porque su

suelo lo paga la ONU. Los del SNI no deberían poder convertirse en contratistas, porque esto es un mecanismo para hacer dinero”. De seguro hay investigadores que se resisten, “pero sí es un mecanismo que opera permanentemente”.

La voz de Miguel Calderón suena rotunda: “La única manera de evitar el conflicto de interés es garantizar la autonomía de los investigadores”. ¿Cómo se garantiza? No hay de otra: pagando salarios suficientes, ofreciendo fondos para hacer investigación

y sin condicionar el financiamiento a que los resultados deban complacer a nadie.

Sus palabras finales quedan resonando en la conciencia: “Si un académico tiene seguridad en el empleo, un salario razonable que le alcanza y fondos para investigación, aunque sean mínimos, su capacidad de autonomía se incrementa exponencialmente. Cuando le quitas esos componentes, aumenta mucho la presión. Y ése es justamente el terreno perverso donde nos encontramos”.

RECUADRO 04

TÁCTICAS DEL MIEDO A LA LIBERTAD

No podríamos profundizar en todas las tácticas y argumentos del *playbook*, pero mencionemos aquí otras ideas que lo complementan, aunque son ajenas a la ciencia:

- ***Respetemos la libertad y la responsabilidad individual***

Abelardo Ávila ha sido testigo de la sarta de argumentos que la industria usa. Mientras “nosotros decíamos que era necesario orientar a las personas más vulnerables para que no se gastaran su dinero en Coca-Cola”, Santiago Levy, director general del IMSS de 2000 a 2005, clamó: “Respetemos la libertad de la gente. El dinero es de ella una vez que se lo entregamos. Por ese paternalismo la economía en México está como está”. “Pero ahora le vamos a poner remedio”, le arguyeron. “¿Y con qué derecho le vamos a decir a la gente lo que debe comer?”

En la referida emisión de Aristegui Noticias, no contento con atribuir la obesidad a la dieta del mexicano, el exprocurador fiscal Gabriel Reyes Orona arremetió contra el nuevo etiquetado e hizo una defensa apasionada de la libertad individual no sólo a seguir consumiendo comestibles chatarra, sino también a fumar sin tener que soportar la contaminación visual que representan las imágenes grotescas que vienen en las cajetillas de cigarros.

Recordemos lo dicho antes acerca de cómo la industria tabacalera enarboló la defensa de los derechos individuales, la responsabilidad personal, la libertad... De ahí viene la estrategia de individualizar el combate a la obesidad (“Chécate, mídete, muévete”, porque si estás gordo es sólo por tu culpa), en lugar de buscar las causas del problema y sus soluciones en el entorno alimentario.

- ***Promover la autorregulación: la regulación es un freno o un castigo***

Al respecto, la investigadora Martha Kaufer lamenta que estemos “en un momento en el que nadie de ninguno de los sectores está dispuesto a ceder nada”, pero reconoce que en el pasado cuando “la industria se comprometió a autorregularse realmente se ha visto que no lo ha hecho. No, definitivamente eso no funcionó”.

En el terreno de la publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas hay un ejemplo en México que trajo a colación la doctora Lucero Rodríguez: ante las presiones, en 2008 la industria aceptó instrumentar un código de autorregulación, llamado Código PABI. “Mucha gente lo criticó porque tenía graves problemas y serias deficiencias”, recuerda la especialista. Al paso del tiempo, reflexiona, sí sirvió: “El Código PABI sirvió para tener evidencias de que no servía”. Antes no había ninguna prueba para documentarlo, ahora sí porque hay reglas establecidas y se monitoreó para demostrarle a la industria que su autorregulación no sirve.

El doctor Enrique Ruelas, expresidente de la Academia Nacional de Medicina y profesor de la Universidad Panamericana, confiesa ser “un poco escéptico acerca de las regulaciones [...] Hay que tener regulaciones, pero el efecto que se logra cuando sobre-regulamos es que entonces se aprende muy rápido a brincarse la regulación [...] La regulación tiene que ser más como incentivo que como freno [...] Si seguimos nada más poniendo reglas y reglas yo creo que no vamos a llegar muy lejos”.

- ***Sabotear cada medida del paquete de acciones***

Otra crítica que por su frecuencia se ha vuelto una constante es que no funciona ninguna de las medidas que se han sugerido o puesto en marcha.

El doctor Rivera Dommarco es muy claro al respecto: “La industria siempre se queja y dice: ‘Es que el impuesto no ha

corregido la obesidad'. No, nadie ha dicho que una medida la va a corregir. En la prevención de obesidad no hay una varita mágica. Es un paquete de acciones: el impuesto, el etiquetado frontal, el evitar la publicidad de estos productos dirigida a niños, y además el tener escuelas saludables donde no haya productos chatarra sino comida sana; que se promueva la lactancia materna, y que desde que nacen los niños se hidraten con agua y no consuman bebidas azucaradas. Y luego la parte educativa”.

Ante los interminables “peros”, el director del INSP le reclamó a la industria: “El problema es que si ustedes sabotean cada uno de los componentes del paquete, nunca vamos a tener un paquete. Tenemos la primera acción [el impuesto], que legítimamente ya demostró que hay una reducción. Vamos a ir metiendo más: etiquetado, publicidad dirigida a niños..., pero si en cada una nos piden que la eliminemos porque no resuelve el problema, entonces nunca lo resolveremos”.

Ésa es una de las cosas que la industria ha capitalizado, concuerda Martha Kaufer: “Uno tendría que ser muy iluso si pensáramos que el etiquetado va a resolver el problema de la obesidad, claro que no. Es muy fácil descontextualizar para dividir, y los críticos de la norma eso es lo que manejan”. Por supuesto que sólo la sumatoria de medidas resolverá algo tan complejo.

• ***Del temor económico a lo ilegal***

“La obesidad ‘no se combate con impuestos’ ‘y sí pone en riesgo el empleo y las inversiones’, además de que pagarán más los que menos tienen”: desplegado firmado por la Cámara Nacional de las Industrias Azucarera y Alcohólica y la Industria Refresquera Mexicana, entre otros organismos.

“¡Di NO al impuesto a las bebidas azucaradas! ¡Ayúdanos a salvar miles de empleos!”: desplegado firmado por algunas de las organizaciones empresariales mencionadas, más la Asociación Mexicana de Restaurantes y otras asociaciones.

“Lo importante es hacer crecer la economía, no aplicar más impuestos [...] Crear nuevos impuestos que dañan a la economía formal y erosionan el poder adquisitivo sólo hará crecer la informalidad”: desplegado del Consejo Coordinador Empresarial (CCE) dirigido a los diputados.

“... el Juzgado Séptimo de Distrito en Materia Administrativa otorgó la suspensión provisional a la Norma Oficial Mexicana 051 de etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas, debido a que no se tomó en cuenta la evidencia científica, estudios y compromisos internacionales [...] hay dudas sobre la transparencia y legalidad del proceso de discusión y aprobación de la norma”: declaración del CCE.

TABLA 3. EL CASO DE MÉXICO: ESTUDIOS SOBRE EL IMPUESTO A BEBIDAS AZUCARADAS

TÍTULO DE ESTUDIO	INSTITUCIÓN	¿DECLARA FINANCIAMIENTOS?	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	CONCLUSIONES	¿PUBLI-CADO EN REVISTA DE ALTO IMPACTO?
Beverage purchases from stores in Mexico under the excise tax on sugar sweetened beverages: observational study	INSP y Universidad de Carolina del Norte	Sí	Bloomberg Philanthropies, Robert Wood Johnson Foundation, Instituto Nacional de Salud Pública, y Carolina Population Center	Primer año del impuesto: compras fueron 6% menores. Esta reducción en la compra se presentó principalmente en los hogares de menor nivel socioeconómico	Sí
Estudios de los efectos sobre el bienestar de la política de impuestos sobre alimentos y bebidas con alto contenido calórico	El Colegio de México	Sí	ANPRAC (Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas)	No se ha probado efectividad de los impuestos para modificar patrones de consumo en alimentos y bebidas	No
Estudio sobre las industrias de las bebidas y los refrescos en México	Centro de Investigaciones Económicas, Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)	No	No declarada	El efecto del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) aplicado a bebidas saborizadas a partir de 2014 fue insignificante, pues se le atribuye una reducción en el consumo de estas bebidas de tan solo 3 por ciento	No
Taxing calories	Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM)	Sí	Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo, A.C. (ConMéxico)	La sustitución a otros productos de menor precio o de contenido calórico similar parece haber implicado que el consumo calórico total de los hogares no haya cambiado significativamente	No

Tomado de: Sánchez Bazán, Karina. (2016, octubre). El conflicto de intereses en la investigación científica: el caso de México, presentación, Centro de Investigación en Nutrición y Salud, Instituto Nacional de Salud Pública. Disponible en: <https://elpoderdelconsumidor.org/wp-content/uploads/2016/10/k-sanchez-presentacion.pdf>, consultado 15 de enero, 2020.

Fuentes consultadas

- Aboites, Hugo. (2019, 19 de enero). OCDE-SEP. *La Jornada*. Disponible en: www.jornada.com.mx/2019/01/19/opinion/016a1pol, consulta enero, 2020.
- Conacyt. (2012). Ficha pública del proyecto número 176921. Conacyt, Programa de Estímulos a la Innovación. Disponible en: www.conacyt.gob.mx/index.php/transparencia/transparencia-focalizada/fichas-publicas/2012/5205-176921-ficha-publica/file, consultado 25-01-2020.
- Pantoja, Sara. (2019, 27 de junio). En sexenio de Peña, el Conacyt transfirió el 48% de sus recursos a la IP: Álvarez-Buylla. *Proceso*. Disponible en: www.proceso.com.mx/590078/en-sexenio-de-pena-el-conacyt-transfirió-el-48-de-sus-recursos-a-la-ip-alvarez-buylla, consultado 25-08-2019.
- Sánchez Jiménez, Arturo, y Poy Solano, Laura. (2019, 18 de enero). Conacyt benefició a grandes empresas entre 2009 y 2017. *La Jornada*. Disponible en: www.jornada.com.mx/ultimas/sociedad/2019/01/18/ford-gm-ibm-y-monsanto-entre-beneficiarias-del-conacyt-4267.html, consultado 25-08-2019.
- Fernández-Vega, Carlos. (2019, 25 de febrero). México SA, Conacyt cierra la llave / Se acabó el regaladero, *La Jornada*, disponible en <https://www.jornada.com.mx/2019/02/25/opinion/021o1eco>, consultado 23-10-2020.
- Conacyt. (2019, 14 de agosto). Ciclo de Conferencias y Mesas de Diálogo “Ciencia Por México”. Disponible en: www.youtube.com/watch?v=_jBEpQZmSbk, consultado 25-08-2019.
- Da Silva Gomes, Fabio. (2015, octubre). Conflictos de interés en alimentación y nutrición. *Cad. Saúde Pública* 31, núm.10. Río de Janeiro. Disponible en: <https://doi.org/10.1590/0102-311XPE011015>, consultado 25-08-2019.
- Organización Panamericana de la Salud. (2015). *Experiencia de México en el establecimiento de impuestos a las bebidas azucaradas como estrategia de salud pública*. México: OPS. Disponible en: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/18390/978-92-75-31871-3_esp.pdf, consultado febrero, 2020.
- Sánchez Bazán, Karina. (2016, octubre). El conflicto de intereses en la investigación científica: el caso de México, presentación. México: Centro de Investigación en Nutrición y Salud, Instituto Nacional de Salud Pública. Disponible en: <https://elpoderdelconsumidor.org/wp-content/uploads/2016/10/k-sanchez-presentacion.pdf>, consultado 15-01-2020.
- Reyes Orona, Gabriel. (2020, 5 de febrero). Nuevo etiquetado de alimentos confundirá más a los consumidores. *Aristegui Noticias*. Disponible en: <https://aristeguinoticias.com/0502/mexico/nuevo-etiquetado-de-alimentos-confundira-mas-al-consumidor-reyes-orona-enterate/>, consultado 5-02-2020.
- *Proceso*, Redacción. (2013, 18 de octubre). Impuesto a refrescos y comida chatarra confronta a empresarios y promotores de la salud. México: Autor. Disponible en: www.proceso.com.mx/355736/impuesto-a-refrescos-y-comida-chatarra-confronta-a-empresarios-y-promotores-de-la-salud, consultado 2-03-2020.
- Martínez, Ana. (2020, 2 de marzo). Se anticipa IP y logra suspensión contra etiquetado de alimentos. *La Razón*. Disponible en: www.razon.com.mx/negocios/por-opacidad-en-propuesta-ip-logra-meter-freno-a-etiquetado/, consultado 02-03-2020.
- Rodríguez, Alberto. (2015, 9 de diciembre). Cuestiona el Colmex la eficacia del impuesto a las bebidas azucaradas, Grupo SDP. Disponible en: www.sdpnoticias.com/economia/2015/12/09/cuestiona-el-colmex-la-eficacia-del-impuesto-a-las-bebidas-azucaradas, consultado 02-03-2020.
- Flores Curiel, Daniel. (2016, 8 de agosto). Los impuestos a los refrescos: buenas intenciones pero pobres resultados. Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en: <https://blogs.iadb.org/salud/es/impuesto-a-los-refrescos/>, consultado 09-01-2020.

- Colchero, M. Arantxa, *et al.* (2016, 6 de enero). Beverage purchases from stores in Mexico under the excise tax on sugar sweetened beverages: observational study. *British Medical Journal*. Disponible en: www.bmj.com/content/352/bmj.h6704, consultado 11-01-2020.
- Caldiño García, Eneas Arturo. (2015, noviembre). *Efectos producidos en el bienestar de la sociedad por la política de tributar alimentos y bebidas altamente calóricos. Gastos y demanda por refrescos por hogar, 2012-2014*. México: Centro de Estudios Económicos, El Colegio de México. Disponible en: <http://difusion.colmex.mx/images/PDF/refrescos2.pdf>, consultado 11-01-2020.

Véase también esta dirección de la ANPRAC: <http://anprac.org.mx/notas-legislacion/romero-tellaache-j-caldiño-garcía-e-minor-campa-e-romero-hernandez-c-estudio-de-los-efectos-sobre-el-bienestar-de-la-política-de-impuestos-sobre-alimentos-y-bebidas-con-alto-contenido-calórico-de/>

- Aguilar, Arturo, *et al.* (2015). *Taxing Calories in Mexico* (preliminary and incomplete draft), Centro de Investigación Económica, Instituto Tecnológico Autónomo de México. Disponible en: <http://cie.itam.mx/sites/default/files/cie/15-04.pdf>, consultado 12-01-2020.
- Bertran, Miriam. (2015). *Incertidumbre y vida cotidiana. Alimentación y salud en la Ciudad de México*. México: UAM-Ed. UOC.
- Bertran Vilá, Miriam. *Incertidumbre y vida cotidiana. Alimentación y salud en la ciudad de México (Manuales) (Spanish Edition) (Posición en Kindle2413)*. Editorial UOC. Edición de Kindle.
- Lutz, Bruno. (2017, enero-junio). Alimentación y clases sociales en la Ciudad de México, reseña. *Estudios Sociales* 27, núm. 49. Disponible en: www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572017000100295, consultado 09-02-202.

INOCULAN CENTROS EDUCATIVOS PÚBLICOS CON CARGO AL ERARIO

SEDUCIENDO UNIVERSIDADES

Muchos de los que estudiamos una carrera universitaria lo hacemos con el deseo no sólo de estudiar algo que nos atrae, sino porque pensamos que luego podremos vivir haciendo lo que nos gusta (e incluso recibir un ingreso por ello), ya sea que nos dediquemos a la investigación, la educación o la práctica profesional. Algunos también porque creemos que tenemos el compromiso de reintegrar a la sociedad algo de lo mucho que nos dieron las universidades públicas, pues fuimos de los pocos privilegiados que tuvimos acceso a la educación superior en México. En el caso de quienes estudian nutrición y todas aquellas disciplinas relacionadas con la dieta y la salud, lo interesante del asunto es que en cualquiera de estos ámbitos, tarde o temprano se toparán con la industria de alimentos y bebidas.

De hecho, más temprano que tarde y muy probablemente sin saberlo, entran en contacto con

ella desde la carrera porque la visión de la industria está metida desde los propios planes de estudios. Y luego sabrán de becas, investigaciones, cátedras, congresos, conferencias, publicaciones y premios financiados por empresas de alimentos, bebidas y suplementos, tanto a universidades como a agrupaciones de investigadores, docentes en este campo y profesionales que ofrecen orientación alimentaria.

Lenta, sigilosa, “inocentemente” (en realidad aprovechándose del castigado presupuesto dedicado a la educación y la ciencia, de la pauperización del trabajo académico y la apremiante situación económica en general), las corporaciones de alimentos han venido tejiendo una sutil red encaminada a ganar voluntades y a seducir a instituciones de educación superior, a centros de investigación y a las sociedades gremiales de nutriólogos, pediatras y demás especialistas acerca de sus supuestas bondades y generosidad.

Y todo eso ocurrió casi sin darnos cuenta, de lo natural que resultaba. O como si nadie lo quisiera ver. Quizá no tendría la menor importancia si no fuera porque, al final del camino, esa red se traduce en la creciente influencia de las compañías en las decisiones no sólo sobre lo que comemos los mexicanos, sino también sobre los alimentos que producimos.

Comencemos por escudriñar la forma como las empresas enamoran a las universidades.

Hace unos años, en 2008, tuvimos la oportunidad de conocer la manera en la que la Universidad Autónoma de Nuevo León se fue vinculando a la iniciativa privada, tratando de imitar el exitoso modelo impulsado por el Tec de Monterrey. La verdad es que en ese momento nos convenció lo que vimos, sobre todo porque se buscaba que los estudiantes fueran realizando prácticas profesionales en las empresas desde que cursaban sus carreras, de modo que iban incorporándose al mundo del trabajo y cuando salían de la universidad lo hacían ya con un empleo.

Eso nos sigue pareciendo bien, pero no habíamos considerado una serie de cuestiones que valdría la pena que tomaran en cuenta en especial las universidades públicas. Por una parte, creemos que es fundamental reflexionar acerca de la corriente educativa que, impulsada por los fuertes vientos neoliberales,

persigue producir *capital humano*, más que formar personas y profesionales.

Como consecuencia de esta visión, para la OCDE “se requiere justamente el involucramiento del sector privado [...] con la universidad”. Sin reparar en el deterioro social y ambiental provocado en las pasadas tres décadas, como vimos en el capítulo anterior, este organismo sigue convocando a “estimular a las instituciones a efectuar trabajos para las empresas: estudios, investigaciones, formación continua...”.

Al influjo de estas ideas, no es casual que al paso de los años se observe una creciente penetración de los intereses empresariales en las universidades públicas, a fin de llevar agua a su molino.

Para nosotros, es legítimo que la iniciativa privada invierta en la formación de “capital humano”, a través de las universidades privadas, salvo en carreras relacionadas con la salud y la alimentación por su proximidad con los conflictos de intereses, porque eso reditúa en mayores ganancias.

Sin embargo, creemos que es ilegítimo cuando se trata de universidades públicas. No se vale por varias razones: la principal de ellas, que el financiamiento de la investigación científica y el establecimiento de lazos económicos con instituciones educativas en el campo de la salud alimentaria entrañan riesgos potenciales de conflicto de intereses que es preferible ahorrarse..., riesgo que por lo visto, como daremos cuenta en las siguientes páginas, los universitarios y los profesionales deciden con frecuencia que vale la pena correr.

Pero además, en términos generales, estamos convencidos de que no es correcto que los intereses privados se propongan mercantilizar y sacar partido de conocimientos que se generan en instituciones de educación superior que dependen del presupuesto del Estado, o sea, del bolsillo de todos los ciudadanos. Esto implica en principio un claro conflicto de intereses porque su razón de ser, su misión esencial, consiste en orientar sus funciones (educación, investigación y difusión) en beneficio de quienes, a través de los impuestos, sostienen y hacen posible estas instituciones; es decir, su deber es devolverle a la sociedad por lo menos parte de lo que ésta hace para que cumplan con sus

obligaciones, por ejemplo, buscando soluciones a los grandes problemas nacionales.

En consecuencia, no es éticamente correcto intentar sacar raja de las universidades públicas para producir ganancias privadas, ni que éstas se presten a ello. Por lo mismo, nos preocupa tanto énfasis en producir patentes, tal enjundia para impulsar el emprendedurismo e incubar empresas, por no hablar ahora del financiamiento de proyectos de investigación o del patrocinio de congresos, así como del fomento de la innovación tecnológica para incrementar la productividad y la competitividad empresarial en el marco de la economía de mercado.

Y qué decir del sistema académico, científico y tecnológico, que evalúa los proyectos no por su impacto socioambiental o en la economía social, ni por la aplicación de conocimientos para mejorar las condiciones de vida de los sectores más desprotegidos de nuestro país o para solucionar sus problemas.

Las universidades son un escenario especialmente fértil para esparcir las ideas favorables a la industria de alimentos y bebidas, sobre todo cuando son abonadas por diversos tipos de apoyo económico y de lazos financieros. Es el territorio perfecto para poner en práctica el libro de jugadas, donde no sólo puede encontrar investigadores dispuestos a correr el riesgo de recibir dinero para realizar los estudios que requiera una empresa, sino también para reclutar académicos solícitos a enlodar con dudas la ciencia de quienes impulsan regulaciones como el etiquetado o los impuestos, de difundir información falsa que parezca ciencia, o bien a consultores a modo para participar en foros de expertos o en tribunales.

Sin embargo, quizá sea aun más importante la paciente labor de ir inculcando día tras día en las aulas entre los profesores y estudiantes de nutrición un conjunto articulado de ideas e imágenes, a fin de deslizar sin sobresaltos la ideología o la agnotología de los alimentos ultraprocesados. Algún día se convertirán en investigadores o en los profesionales que guiarán a la población a tener una buena alimentación.

Si consideramos cómo se ha arraigado en nuestra cultura una serie de ideas, gustos, hábitos y marcas, corporaciones como Bimbo, Nestlé, Kellogg's o Coca-Cola han logrado un éxito fantásti-

co, al conseguir que coexistan los objetivos inherentemente incompatibles de las compañías de alimentos –vender la mayor cantidad posible de sus productos y al mayor número de consumidores– y de los nutriólogos o profesionales de la nutrición –orientar al público a elegir alimentos y una dieta que promueva la salud, lo que implica evitar o moderar el consumo de comestibles ultraprocesados.

Según nos explica Marion Nestle, como obviamente “las compañías de alimentos no querían que los educadores de nutrición recomendaran comer menos de sus productos”, les vino como anillo al dedo el desarrollo del *nutricionismo*. A través de esta corriente de pensamiento, “querían que los educadores proporcionaran información sobre nutrientes para que los consumidores pudieran sumar los números y descubrir por sí mismos cómo cumplir con sus requisitos nutricionales”.

Michael Pollan afirma que lejos de ser materia científica, el nutricionismo es una ideología según la cual

la clave para entender los alimentos está en los nutrientes. Dicho de otro modo, los alimentos son en esencia la suma de los nutrientes que los componen. Cuando se hace hincapié en la cuantificación de los nutrientes que contienen los alimentos (o, para ser más precisos, de los nutrientes que se conocen de los alimentos), toda distinción cualitativa entre los alimentos enteros y los procesados tiende a desaparecer.

De esta tendencia, ya quedaba a un paso el dogma central de las escuelas y facultades de nutrición: la “dieta total”, enfoque según el cual “todos los alimentos pueden caber” en la dieta y “no existen alimentos buenos o malos”. Para un nutriólogo, esto significa que “nunca podrían recomendar comer menos de cualquier producto alimenticio o categoría”, de acuerdo con Marion Nestle.

ALIMENTANDO LA EDUCACIÓN

La doctora Ruth Pedroza, profesora e investigadora de la Universidad Iberoamericana CDMX, sigue siendo una convencida

de ese principio y lo defiende apasionadamente. Según esta especialista en ciencia y tecnología de alimentos que ha cosechado múltiples distinciones a lo largo de su carrera y es nivel II del Sistema Nacional de Investigadores, el Instituto Nacional de Salud Pública y Martha Kaufer juegan a la retórica al reformular ese principio: no hay alimentos buenos y malos, pero sí hay productos buenos y malos.

Para Pedroza esa distinción entre alimentos y productos no es relevante, porque lo esencial es que “no hay alimentos buenos o malos. Lo que hay son dietas correctas e incorrectas, porque la unidad de alimentación es la dieta y la combinación de los alimentos es lo que hace que estemos bien o no de salud”. Considera un error el enfoque en los alimentos, y “un poco absurdo centrarnos en los nutrientes”.

Ante nuestras objeciones, se explaya con amplitud, esgrimiendo varios argumentos del libro de jugadas. Resumamos algunos de sus puntos de vista:

“Ahora ya no voy a poder elegir libremente si me quiero tomar un alimento como el café, que me gusta, porque me dicen que es malo”.

“Cualquier cosa que se le dé en exceso a un ratón le va a provocar cáncer, como dice Bruce N. Ames. Todo tiene pros y contras.”

“Lo único que hemos hecho con nuestro conocimiento sesgado, parcial, es asustar a la gente: tal aditivo produce cáncer, el glutamato monosódico, el aspartame y todo eso. En lugar de enseñarle el atributo positivo, ten cuidado acá, conoce tu alimento y ve empezando a integrar una dieta mejor de la que tienes”.

“No debemos prohibir alimentos, a menos que tengamos una enfermedad”. “Pareciera que el propósito principal es causar miedo y después [...] se pierden empleos”.

“Dicen: ‘Es muy malo el refresco, si se toma uno le va a dar diabetes’. No, no le va a dar”.

¿Ni aunque se tome uno diario?, cuestionamos.

“Ni aunque se tomara uno diario. Si usted en su línea de familia tiene diabéticos, ponga atención. En las universidades uno escucha, ‘el azúcar da diabetes’. El azúcar no da diabetes, ni depende de la cantidad. Depende de su genética”.

Dice que nosotros estamos prejuiciados y tenemos un sesgo ideológico. Para nosotros es al revés. Por ejemplo, en el caso de los refrescos, aceptando sin conceder la hipótesis de que la principal causa de la obesidad reside en los genes, dado que la mayoría de los mexicanos tiene el gene de la obesidad y la diabetes, para nosotros con mayor razón deberían prohibirse o cuando menos implantarse severas políticas públicas que limitaran al máximo su consumo (quizá con un impuesto tan alto como el del cigarro y otras medidas).

Otro ejemplo: ella aplaude las posiciones de la OMS cuando fundamentan su punto de vista, ¿pues acaso esta Organización de las Naciones Unidas “tendría en su Codex Alimentario todos esos ingredientes si fueran malos? Ése es nuestro referente mundial”. Y si se sospecha que alguien la financió, “que se deshagan la OMS y la FAO”. Porque si te financio, entonces te estoy comprando, “tu conciencia, tu honestidad y vas a decir lo que yo quiero. Yo no puedo pensar eso”.

En contraste, se niega a dar crédito a cualquier información contraria a sus opiniones. Éste es el caso del sistema NOVA de clasificación de los alimentos, utilizado por la OPS/OMS, que incluye la categoría de los comestibles ultraprocesados: “La lógica otra vez nos abandonó, va ganando la ignorancia. La clasificación NOVA llegó para confundir al mundo. No necesitábamos eso. Ya hay una clasificación del Codex”.

¿De verdad podemos confiar en el Codex? Muchas personas, como el presidente y fundador de Slow Food Carlo Petrini, no creen que sea cierto que los criterios que establece velen por la salud de los consumidores, “porque son numerosas las evidencias que apuntan a que más bien se trata de un instrumento de poder en manos de las mismas familias que crearon el imperio de la industria farmacéutica y actualmente controlan también la industria alimentaria y la biotecnología, ejerciendo una influencia destructiva determinante en la salud del planeta y sus habitantes”.

Nosotros pensamos que también en los organismos internacionales se cuecen habas y no cabe la ingenuidad de pensar que los intereses económicos no han llegado a esas esferas para perturbar su inocencia. Como nos lo comentó Ruy López Ridaura, en

materia de conflicto de interés no hay que perder de vista la parte internacional: “La OMS, al final, impulsa lo del Codex alimentario, por lo que cabe preguntarse qué pasa, por qué no ha parado esto. Que quite lo del Codex ya. Es el peor lugar para negociar la regulación de alimentos”, demanda.

Percibimos la incomodidad que le produce a Ruth Pedroza hablar sobre conflicto de intereses, y no resulta sencillo analizarlo con ella, por más que en ningún momento de la entrevista hayamos insinuado siquiera que ella haya cometido algo indebido. Nos parece una persona honesta, sinceramente convencida de sus ideas. Para ella no hay resquicios a nuestra preocupación sobre el conflicto de intereses en la educación y en la ciencia, y si sus posturas se acercan a las de la industria, niega ser “pro industria”: “Yo soy pro ciencia”, sostiene, y dice que no es correcto sospechar de alguien simplemente porque le dieron dinero: “A mí me paga esta institución [la Universidad Iberoamericana CDMX] y no tengo por qué hablar bien de ella. Los errores los señalo. ¿Me compró mi conciencia porque me paga?, pues no”.

Su reacción no nos extraña, pues como nos dijo la antropóloga y doctora en ciencias sociales Monserrat Salas, investigadora del Instituto Nacional de la Nutrición, “poner el tema del conflicto de intereses sobre la mesa suele eludirse, o considerarse que es de mal gusto hablar de estas cuestiones: ‘¿Pero de qué me estás hablando, si yo soy científico y soy objetivo?, ¿por qué me juntas con los malos?’”.

En especial el ámbito universitario (en realidad de unas cuantas universidades), desde hace mucho solía ser escenario de un campo de batalla entre los críticos a la creciente presencia en el país de los corporativos de la industria de alimentos y de comida rápida –y en consecuencia al financiamiento de actividades académicas– y quienes tachaban tales cuestionamientos de anticapitalistas, de discursos obsoletos, enemigos del progreso y la modernidad, de *globalifóbicos*.

Tal vez los momentos más álgidos de esa conciencia crítica se vivieron en la época de la Guerra Fría, aquella en la que el magistral Rius cuestionaba a las “aguas negras del imperialismo yanqui”. Sin duda, como signo del paso del tiempo, la caída del Muro de Berlín

marcó un parteaguas, pues a partir de entonces el país se abrió sin ningún pudor a la creciente penetración de las corporaciones en la vida nacional, sobre todo desde la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá. Justo cuando se hizo más evidente la epidemia de sobrepeso y obesidad.

Al paso de los años, aunque las críticas se hicieron menos virulentas e ideológicas, cuando se tomó conciencia sobre los problemas de salud asociados a la dieta el reclamo social se expresó a través de la sociedad civil y sus organizaciones, como El Poder del Consumidor. Por supuesto, las universidades no podían permanecer ajenas a este contexto y se han convertido en un reflejo de los grandes procesos económicos y sociales a escala mundial y nacional.

Siempre habrá quien diga que la universidad es un espacio abierto a la reflexión y discusión de todas las ideas, a todas las corrientes de pensamiento, a todas las ideologías y posiciones políticas. Es cierto, lo firmamos. Suena excelente eso de ser una casa abierta a todas las ideas. ¿Pero qué tan válido es impulsar con dinero determinadas ideas en estos espacios para abrir paso al ideario de las empresas, lubricado con billetes? ¿A dónde nos puede llevar la pérdida de esos espacios de pensamiento crítico e independiente, de libertad sin restricciones, donde se cocinaban las grandes transformaciones sociales y culturales?

Eso nos remite al papel que ha cumplido la Sociedad Americana de Nutrición (ASN, por sus siglas en inglés), que como le dijo a Marion Nestle su director ejecutivo, John Courtney, es una

“gran carpa” acogedora donde todos los interesados en la empresa de investigación nutricional pueden participar, compartir información de investigación de prueba, dialogar y debatir, y desarrollar relaciones para avanzar en el campo y las carreras de los miembros... Muchos de nuestros miembros académicos valoran la oportunidad de reunirse con representantes de la industria, ya que un número creciente de graduados están empleados en el sector privado y una parte cada vez mayor del financiamiento total de la investigación en nutrición proviene de este sector.

De esta forma, una universidad puede ser también un refugio perfecto para “reunir a todas las partes y voces interesadas en el campo de la nutrición para debatir y compartir perspectivas –como asevera el liderazgo de la ASN–, y que aprendan unos de otros en nuestra búsqueda por mejorar la salud pública mundial a través de la mejor ciencia y práctica nutricional”.

Suena demasiado bonito. Como dice Nestle, este enfoque en el que todos caben sin mayor conflicto puede hacer que una universidad o una agrupación de nutriólogos “parezca un brazo de la industria alimentaria en lugar de una voz independiente en los debates sobre temas de nutrición”.

¿Qué tanto se parecen nuestras instituciones de educación superior y nuestras sociedades profesionales a la citada ASN estadounidense, que “tiene una larga historia de permitir que las compañías de alimentos patrocinen sus conferencias y simposios, y parece que promueven los intereses de la industria alimentaria sobre los de la salud pública”?

Tal vez en nuestras tierras la tradición no sea tan larga, pero como veremos en las siguientes páginas de esta trama aquí y allá aparecen con frecuencia los mismos nombres: Coca-Cola, Kellogg’s, Nestlé, PepsiCo, más algunos otros. Ya se sabían el caminito y sólo tenían que adaptarlo a nuestro contexto.

De hecho, el doctor Abelardo Ávila nos aseguró que Nestlé apoyó financieramente y contribuyó a definir los contenidos educativos de las primeras licenciaturas y escuelas de nutrición en las universidades mexicanas, a principios de la década de los setenta del siglo pasado: la primera de ellas en la Universidad Iberoamericana, seguida por la Universidad Veracruzana, el Instituto Politécnico Nacional, la Universidad Autónoma de Nuevo León y la Escuela de Dietética y Nutrición del ISSSTE. Con los años fueron sumándose muchas más, y ya para 1986 se agruparon en la Asociación Mexicana de Miembros de Facultades y Escuelas de Nutrición (AMMFEN), que desde ese año realiza reuniones y congresos, debidamente financiados por las empresas, con la participación de los estudiantes de nutrición.

Esa relación de la industria con todos los académicos, investigadores de salud, médicos, nutriólogos, etc., se fue dando de

una manera tan natural que no parecía representar ningún riesgo o compromiso. ¿Qué podía pasar? Ni a quién le pasara por la mente el conflicto de intereses. Eso no existía.

Ni a quién se le ocurriera que había una estrategia muy bien armada, incluido un “diseño fiscal que permitía a esas empresas financiar congresos, apoyar investigaciones y todo eso deducible de impuestos”. Para el doctor Ávila, “este punto es nodal, aunque parece invisible”.

Es una inversión redonda porque, aparte de ahorrarse impuestos, las empresas se forjan una imagen pública como las grandes bienhechoras de la sociedad: “Apoyan el desarrollo del conocimiento científico, dan premios a la investigación”, ironiza Ávila, y con eso están haciendo un bien a la humanidad.

De hecho, la gran industria de alimentos y bebidas lleva décadas esculpiendo en nuestro imaginario colectivo esta representación social, la cual funciona como una especie de autorretrato para verse a sí misma (y para que todos la veamos así) como benefactora de la sociedad. Vamos, como la viva encarnación de las hermanitas de la caridad.

Finalmente, apoyar investigaciones les permite un control básico, porque aunque algunas de ellas arrojen resultados negativos, basta con publicar los favorables para dar la apariencia de que hay “evidencias científicas”.

Y todo ese conjunto de acciones no puedes prohibirlas, como apunta Monserrat Salas. Por ahora, a lo más que podemos aspirar es a “reglamentarlas o modularlas a partir de un Estado muy fuerte, con una ciudadanía que exija que ponga un alto”. Y en la actualidad, tercia Pilar Torre, esa ciudadanía no existe y su “opinión sobre las cuestiones alimentarias es tan manipulada que ¿quién duda, por ejemplo, que la leche Nido es lo máximo? Nadie”.

Conocimos a la doctora Monserrat Salas y a la maestra Pilar Torre en el Primer Coloquio Internacional de Antropología y Etnografía de la Alimentación, organizado por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), realizado en 2015, cuando presentaron un trabajo que se nos quedó muy grabado en la memoria, pero habíamos olvidado cómo se llamaban. Así que buscamos en nuestros archivos el programa del coloquio hasta dar con

sus nombres y el título de su trabajo: “Aproximación etnográfica a documentos curriculares en torno a la alimentación infantil de la licenciatura en Enfermería”.

Para no hacer el cuento largo, finalmente dimos con ellas y accedieron a concedernos una entrevista, allá por la zona de hospitales de Talpan, cerca del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán, en donde Monserrat es investigadora, y cerca de la Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco (UAM Xochimilco), donde Pilar es profesora-investigadora.

Comenzamos por decirles que nos impresionó el nivel de penetración de la industria que revelaba su trabajo, y que nos quedamos con la idea de que los representantes de Nestlé se sentaban con el secretario académico, cabildeaban con las autoridades universitarias y acordaban qué materias poner en el plan de estudios de la licenciatura en Enfermería.

Monserrat y Pilar nos sacan de nuestro error: “Es que no tienen para qué hacerlo. No lo necesitan”. La primera de ellas nos explica que en realidad los planes de estudios “se diseñan solitos, porque el imaginario social ya acepta que eso es lo que necesitan aprender los estudiantes. Por ejemplo, el libro de pediatría que usan todos los estudiantes de medicina ya en esa especialidad (el *Manual de pediatría Valenzuela*) tiene diez veces más páginas sobre fórmulas que sobre lactancia. Claro, porque ellos tienen que aprender que ésa es la vía por la cual las madres reciben la información científica sobre las fórmulas”.

La influencia de Nestlé va más allá de los planes de estudio, porque “patrocina los cursos de actualización no sólo de pediatras, sino de los estudiantes de nutrición, de medicina, de trabajo social, de lo que quieran. Toda la información científica es de alto nivel, muy actualizada, sin duda”.

Nos recrea el cuadro: la marca aparece por todas partes de “la escenografía del congreso o el foro, aparte de los stands, y obviamente el estrado”. La representación se completa con personajes taquilleros en la función inaugural: “Ahí en las fotos se ve muy orgulloso al mero-mero de Nestlé acompañado por las altas autoridades, el secretario de Salud o el director de Nutrición, o por

premios nacionales y científicos de alto nivel. Y eso tiene un impacto fuertísimo en la sociedad”.

En el caso de la licenciatura de Enfermería, ¿en qué materias se deja ver esa relación?, les preguntamos.

Pilar y Monserrat responden que eso se refleja en todas las materias relacionadas con alimentación infantil o lactancia, en particular con la materia Alimentación en el primer año de vida.

Nos comentan que en el caso de los pediatras está prohibido recibir donativos o muestras médicas gratuitas de fórmulas por parte de los visitantes médicos, “pero en el camino las empresas tienen diversas maneras de cumplir su tarea. Con que entreguen un folleto de publicidad, pues ahí van entrando, y mucho personal médico se informa y se actualiza con el material de las empresas y de los laboratorios”.

Hoy a nadie le cae de extraño que “Nestlé financie una linda agendita para la licenciatura en Nutrición Humana de la UAM Xochimilco”, abunda Pilar, “porque es natural que Nestlé esté en el tema de la nutrición. Ningún estudiante le hace el feo a la pluma, al regalito o al cafecito de Kellogg’s o Nestlé en los congresos. En algún momento nos ha tocado Lala, que dio lechita para los estudiantes. Nadie parece percibir todo esto como una intromisión de la industria, por todo este disfraz, aparte del argumento de la vinculación universidad-empresa”.

Para Monserrat, “las cosas chiquitas, sutiles, pero constantes pesan considerablemente más y tienen mucho mayor impacto a largo plazo, en términos de efectos, que una investigación financiada. Por ejemplo, una agenda que todos los días estás viendo con el logotipo de la empresa, que queda guardado en la memoria. Eso es de un alto impacto cultural. Si yo le pregunto a mi mamá o a mi abuelita qué leche sería la mejor para sus nietos, sin duda me van a decir que la Nido”.

Al igual que gota a gota se puede ir llenando un vaso o que día tras día se van pasando las hojas de una agenda hasta terminar el año, esa labor casi imperceptible ha ido cubriendo todos los espacios públicos y privados, por más reacios o rebeldes que hayan sido en el pasado. Aun ámbitos tan críticos como la Universidad

Nacional Autónoma de México (UNAM) empezaron a enredarse en los lazos financieros que la industria ha tejido.

Nosotros somos orgullosamente hechos en la UNAM, donde no únicamente nos formamos bajo la guía de excelentes profesores y periodistas, sino donde se nos amplió la visión y los horizontes, permitiéndonos conocer al México profundo. Nos consideramos unos privilegiados por haber estudiado en la universidad en la que se realiza la mayor parte de la investigación científica del país, donde se han escuchado las voces más lúcidas y contestatarias ante los dictados del poder político y económico y ante las injusticias, mientras otras callaban. Tal vez ésa sea su mayor enseñanza.

Sin embargo nuestro amor no es ciego. Estamos convencidos de que no podemos permanecer callados, que debemos ejercer la crítica constructiva, ese valioso legado que nos dejó el paso por las aulas de la Máxima Casa de Estudios, para hacerle ver los riesgos que corre, la peligrosa pendiente en la que se ha subido en años recientes al embarcarse en asociaciones con empresas. Sin pretender exculparla, si se subió a ese tren es posible entender que fue al influjo de la corriente neoliberal que todo lo arrastraba a su paso y ante la que era imposible sustraerse. Pero ha llegado la hora de bajarse.

Antes de seguir, es conveniente exponer por qué decidimos centrar la mirada en la UNAM, con contadas alusiones a otras instituciones de educación superior que dependen del Estado. Ciertamente, por ser escuelas privadas y por sus vínculos con el empresariado, hay tela de dónde cortar en la Universidad Iberoamericana, la Universidad del Valle de México, el ITAM, el Tec de Monterrey, la Universidad Anáhuac, la Universidad La Salle y la Universidad Panamericana. A lo largo de este libro hemos aludido brevemente a las tres primeras y creemos que esas pinceladas bastan para evidenciar su cercanía con las posiciones e ideas de la industria, al igual que su disposición a colaborar con ella.

Aunque estas instituciones incurren en conflictos de intereses, sobre todo moral, cuando hablamos del campo de la nutrición y la salud –e incluso de la economía y las ciencias sociales, como cuando se proponen medir el impacto del impuesto a los refrescos–, al ser universidades privadas en rigor no tienen como máxima prioridad el bienestar colectivo, sino el de sus egresados y sus

bolsillos; tampoco tienen la obligación de rendir cuentas al Estado, sino a sus accionistas, ni de transparentar sus actividades ante la colectividad. Difícilmente nos iban a revelar el dinero que reciben de las corporaciones empresariales y sus aliados para llevar a cabo investigaciones, seminarios, conferencias, cátedras y congresos, así como para becas o cualquier otro fin.

En consecuencia, decidimos dirigir nuestro esfuerzo de investigación a universidades públicas, comenzando por la UNAM, porque es ahí donde se concentra el más alto porcentaje de investigadores del SNI en el país y de los que tienen nivel III, así como la mayor cantidad de centros de investigación de alto nivel. Por eso la mayoría de las solicitudes de acceso a la información a través del sistema Infomex las enviamos a distintas dependencias de la UNAM, aunque también dirigimos la vista a otras como el Instituto Politécnico Nacional, el Centro de Investigaciones y Estudios Avanzados, la Universidad Autónoma Metropolitana y diversos centros de investigación dependientes del Conacyt como El Colegio de México y el Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo.

Habría sido muy fácil (y probablemente infructuoso, por la escasa investigación científica que realizan) indagar los vínculos de la industria de alimentos y bebidas con instituciones de educación superior de larga tradición priísta, incapaces de tocar al poder con el pétalo de una rosa (como la Universidad Autónoma del Estado de México), o a una que fue cooptada por las fuerzas empresariales para hacerles el juego en el Consejo Asesor del Observatorio Mexicano de Enfermedades no Transmisibles (OMENT), incurriendo en un grave conflicto de intereses (como la Universidad Autónoma de Nuevo León).

Ni qué decir de todas éstas que se doctoraron en la “estafa maestra”, donde las autoridades de 21 universidades públicas se prestaron a triangular miles de millones de pesos provenientes de las arcas estatales hacia empresas fantasmas, por lo cual dichas instituciones educativas cobraron millonarias “comisiones”, aun sin prestar ningún servicio, según la investigación de Animal Político y Mexicanos contra la Corrupción.

En realidad, salvo en el caso de la UNAM, la cosecha de información que nos proporcionaron las unidades de transparencia

no fue lo nutrida que esperábamos. Sin embargo, lo que obtuvimos nos indica que apenas es la punta del iceberg y que aún hay mucho por descubrir.

UNAM, PASOS EN FALSO

Para entrar en materia, el Instituto de Biotecnología y las facultades de Medicina y Química negaron haber tenido vínculo alguno con la industria biotecnológica, con empresas alimentarias y de bebidas o con sus diversos representantes y aliados en proyectos de investigación, docencia o difusión, ni haber recibido aportaciones, donaciones, becas, consultorías o cualquier otro apoyo en efectivo o en especie para cualquier actividad.

Nos extrañó la negativa sobre todo de la Facultad de Química, entre otras cuestiones porque, como ya señalamos en un capítulo anterior, está bien documentado el financiamiento de Coca-Cola a la investigación denominada “Genoteca indígena”, realizada en esa dependencia por la doctora Marta Menjívar. Nos da pena ajena decir que Coca-Cola México resultó más transparente que la Unidad de Transparencia de esta facultad, en vista de que en su página de internet la empresa da cuenta de este apoyo.

No obstante, hay algo más que nos dejó perplejos. Ignoramos cómo se coordinan las unidades de transparencia de todas las dependencias universitarias, pero mientras las que operan en las facultades de Química y Medicina negaron cualquier nexo con las empresas antes mencionadas o con sus fundaciones, arrojaron resultados muy distintos las solicitudes de información donde preguntamos sobre los convenios firmados por quienes eran rectores: Juan Ramón de la Fuente Ramírez (1999 a 2007) y José Narro Robles (2007 a 2015).

Aunque no se nos proporcionó copia del convenio (y por lo tanto fue una transparencia a medias porque no pudimos conocer su objeto ni las condiciones del mismo), resulta que en el listado de instrumentos suscritos durante la rectoría de Narro Robles que se nos entregó aparece uno firmado con Fundación Coca-Cola. Todo indica que corresponde al de la “Genoteca indígena”, porque de

otro modo significaría que además de éste hay otro proyecto de la UNAM apoyado por la refresquera.

Ya que estamos en este punto, es pertinente apuntar de una vez que en su página de internet Coca-Cola México da cuenta de otros dos proyectos en los que apoyó en 2018 a esta casa de estudios: por una parte, dos millones de pesos al ganador del Premio Rubén Lisker de Biomedicina, doctor Víctor Julián Valdés Rodríguez, del Instituto de Fisiología Celular; y por la otra, a la Fundación UNAM se le otorgaron 2 millones 739 mil 615 pesos para llevar a cabo el “Programa de investigación en materia de sociología aplicada y opinión pública”, del que sería muy interesante conocer los términos y saber más, porque no encontramos referencias de éste en la red.

Respecto a la negativa de la Facultad de Medicina, también nos dejó fríos, porque, de nueva cuenta, en el listado de convenios firmados durante el periodo de Narro Robles están cuatro convenios signados, ni más ni menos, por el actual rector de la UNAM y a la sazón director de dicha facultad, doctor Enrique Graue Wiechers. De éstos sí nos entregaron copia y volveremos a ellos en breve.

En términos cuantitativos, conforme a la documentación obtenida, en los periodos de Juan Ramón de la Fuente Ramírez y José Narro Robles la UNAM firmó un total de 54 convenios con grandes empresas de alimentos y bebidas o de la industria biotecnológica, con agrupaciones empresariales que tienen como afiliados a miembros de estas industrias, o con asociaciones civiles vinculadas con éstas.

Lo primero que llama la atención es que de ese total de convenios, 50 (más de 90%) se suscribieron durante los ocho años que estuvo José Narro en la Rectoría de la UNAM, lo que revela que este personaje –quien después se convirtió en secretario de Salud durante el corrupto gobierno de Peña Nieto y luego en contendiente por la presidencia del PRI– abrió de par en par las puertas de la Universidad de la Nación a la influencia de dichas industrias y de sus ideas.

De ellos, únicamente nos entregaron copia de 32 convenios, por lo que este análisis es preliminar. De lo que obtuvimos antes de dar por concluido este libro, destacan los 13 convenios firma-

dos con Fundación Carlos Slim, si bien sólo tenemos siete; puesto que todos tuvieron como objeto proyectos ecológicos, no nos tendremos en ellos (lo cual no significa que dejen de representar lazos financieros).

La penetración que tuvo la biotecnología en esta institución educativa salta a la vista con los nueve convenios firmados con Monsanto-Bayer, aunque sólo contamos con cuatro de ellos y tres tienen como objeto estudios sobre sanidad animal. A ellos se deben sumar los dos establecidos con Agrobio, organización que tiene entre sus miembros a Monsanto, Bayer, Dow AgroScience, Syngenta y Dupont; por cierto, con este último consorcio también se acordó un convenio y, aunque es posible, no es seguro que su objeto fuera materia biotecnológica, pues no tenemos copia de aquél.

El deseo de vincularse con la industria y empujar la cultura del emprendedurismo y los negocios se refleja en los ocho convenios firmados con Canacintra (cinco) y Concamin (tres), incluidos proyectos de capacitación y la operación de un Centro de Desarrollo Empresarial.

Sobresalen también los cuatro contratos acordados tanto con Kellogg's como con Bimbo. Y luego están los tres con el Instituto Aspen, dos con Nestlé, Jumex y la Fundación para la Salud y la Educación. Y uno con Dupont, PepsiCo, Barcel, Danone y Fundación Coca-Cola.

Respecto a las dependencias universitarias involucradas, destacan la Facultad de Medicina, la Coordinación de la Investigación Científica, la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia y la Coordinación de Innovación y Desarrollo, aunque hay varias más.

Veamos más de cerca los convenios, empezando por aquéllos cuyo objeto tiene que ver con la investigación.

La colaboración entre Kellogg's y la universidad se inició un tanto casualmente, a partir de que se formalizó un primer convenio en enero de 2012, firmado por el coordinador de la Investigación Científica y el Instituto de Investigaciones Biomédicas (IIB). Decimos que fue casual porque en realidad el objeto del acuerdo era establecer las bases, términos y condiciones conforme a los cuales el Instituto de Nutrición y Salud Kellogg's (INSK) asignaría a la UNAM los recursos (674 mil 500 pesos) para apoyar la realización

del proyecto que ganó la Convocatoria de Apoyo a Proyectos de Investigación en Nutrición 2011, presentado por la doctora Martha Patricia Ostrosky Shejet, quien era la directora del IIB.

El tema del proyecto, *grosso modo*, era investigar si un gene (capaína-10) predisponía a niños con obesidad a padecer el síndrome metabólico. Ni por asomo de dudas ponemos en duda la capacidad e integridad de la doctora Ostrosky. Ella es una reconocida investigadora y tiene largos años trabajando en la interacción entre genes y medio ambiente, así como sus efectos en la salud, y desde 1994 fundó en el IIB el Departamento de Genética y Toxicología Ambiental, actualmente Medicina Genómica y Toxicología Ambiental. Es totalmente legítimo trabajar en genética de la obesidad, y además puede ser uno de los factores que nos llevan más fácilmente a desarrollar obesidad y diabetes cuando tenemos una mala alimentación.

Más allá de preguntar si era absolutamente necesario “tocarle la puerta al diablo” al participar en la convocatoria de Kellogg’s, aquí lo que deseamos destacar es que a la industria le cae de perlas la genética como explicación alternativa de la obesidad, según dijimos al referirnos al proyecto de la Genoteca indígena, pues conforme a Martín Lajous eso no explica el incremento de este problema en los últimos 20 o 30 años. De hecho, buscar causas de la obesidad diferentes a la dieta es una táctica del libro de jugadas de la industria.

Si bien nos parece correcto haber estipulado que la UNAM debía dar crédito al financiamiento de Kellogg’s, es lamentable que la universidad haya aceptado la cláusula en la que se comprometía a participar en actividades de difusión, no sólo en la entrega de los apoyos, sino en otros eventos y actividades, así como permitir a esta institución empresarial “revisar, para efectos de su aceptación o denegación, los reportes que resulten del proyecto realizados por la UNAM” y notificarle “las deficiencias detectadas para su corrección”.

Ignoramos si esto último dio pie a una intromisión indebida por parte del INSK, pero ya veremos en un próximo capítulo a lo que puede dar pie aceptar condiciones como esta última, cuando contemos cómo le fue a Ericka Escalante con su premio Kellogg’s.

Aquel primer convenio parece haber dado pie a los tres convenios de colaboración con Kellogg's Company México que firmaron el secretario general de la UNAM, doctor Eduardo Bárzana, y el entonces director de la Facultad de Medicina, doctor Enrique Graue. El primero de ellos fue apenas dos meses después, en marzo de 2012, cuando la corporación acordó proporcionar 1 millón 904 mil 332 pesos a la universidad para realizar el proyecto de investigación titulado "Control aleatorio del programa de pérdida de peso que incluye el consumo de cereal en el desayuno".

Su objetivo consistía en determinar si "el consumo de productos Kellogg's (cereales listos para comer y botanas enriquecidas), como parte del programa WEB de pérdida de peso *MySpecialK*, presentan resultados significativos en cuanto a pérdida de peso y grasa corporal en mujeres mexicanas con sobrepeso y/u obesidad" (*sic*).

Respecto a la interpretación de los resultados, el documento afirma que servirían "como base para evaluar si el consumo de cereales integrales durante el desayuno y barritas de cereales fortificadas, como parte de un programa comercial *on line* para disminución y/o control de peso son una alternativa viable para el tratamiento individual de control de peso en mujeres mexicanas con sobrepeso y/u obesidad".

Para nosotros habría sido estupendo tener acceso a la investigación y ver si el financiamiento influyó o no en los resultados. Sin embargo, podemos adelantar que el equipo de especialistas de la UNAM tenía una misión, si no imposible, sí muy complicada porque un solo plato de este cereal contiene casi la mitad del azúcar diaria máxima tolerada para una mujer adulta y casi 20% del sodio recomendable para todo el día, de acuerdo con una radiografía del producto realizada por la nutrióloga Xaviera Cabada, coordinadora de Salud Alimentaria de El Poder del Consumidor.

Y si no tuvimos acceso a los resultados de este estudio, ni a los obtenidos como producto de los otros dos convenios restantes establecidos por la universidad con Kellogg's, se debe a que la UNAM aceptó una cláusula que para nosotros resulta en extremo cuestionable e incluso inaceptable.

En efecto, en la cláusula novena las partes acuerdan que los derechos de propiedad intelectual que pudieran generarse como

fruto de la investigación “corresponderán a Kellogg’s”, por lo que esta corporación podrá “utilizar libremente los resultados obtenidos del ‘proyecto’, sin que para ello requiera notificar a la UNAM”. Por el contrario, la Máxima Casa de Estudios consintió en que no podría hacer “uso de dichos resultados sin previa autorización por parte de Kellogg’s” y se “obliga a no hacer públicos los resultados del ‘proyecto’ en ningún momento”, y si quisiera publicarlos o emplearlos deberá solicitar autorización a Kellogg’s.

Éste es precisamente el tipo de concesiones que, a nuestro juicio, son inaceptables para un investigador y menos para una casa de estudios como la UNAM. En primer lugar, porque se trata de una institución que ha sido posible gracias a los impuestos que pagamos todos los mexicanos, incluido el salario de todo su personal. Es decir, el deber fundamental de la Universidad de la Nación es con la nación y sus ciudadanos, y sólo a ellos está obligada a rendir cuentas.

Entonces, al aceptar el financiamiento de esta investigación la UNAM se puso en riesgo de incurrir en un conflicto de intereses por la posibilidad de sufrir el “efecto del financiamiento” y proyectar un sesgo en los resultados. Pero como institución pública de plano cayó en conflicto de intereses al aceptar no publicar los resultados del estudio; debió considerarse que la probabilidad de que la investigación llegara a la conclusión de que el consumo de “cereales integrales durante el desayuno y barritas de cereales fortificadas, como parte de un programa comercial *on line* para disminución y/o control de peso” *no* es “una alternativa viable” para que las mujeres mexicanas con sobrepeso u obesidad controlen su peso. Y en ese caso estaba obligada a dar a conocer a la sociedad esos resultados para que ellas dejaran de consumir ese tipo de productos chatarra.

Será interesante ver si desde que se convirtió en rector el doctor Graue, el 17 de noviembre del 2015, la UNAM ha tomado en cuenta este tipo de riesgos para prevenir mejor los conflictos de intereses, en vista de que este tema entró en la agenda nacional a partir del suceso de la casa blanca del ex presidente Peña Nieto, que salió a la luz en noviembre de 2014.

Lo cierto es que en diciembre de 2013 y un año después la UNAM firmó otros dos convenios de colaboración con Kellogg’s

Company México para realizar el proyecto de investigación titulado en ambos casos “Evaluación del estado de salud digestiva de niños de la CDMX”, aunque el segundo de ellos lleva un agregado: “Estudio de intervención”. La corporación acordó pagar a la UNAM 706 mil y 1 millón 492 mil 700 pesos, respectivamente.

En particular, el primero de los proyectos se planteó como objetivos, entre otros, evaluar el papel del consumo de fibra en los niños de ocho a doce años, así como examinar la calidad de su dieta y su actividad física, además de determinar hasta qué punto padecían de estreñimiento y qué importancia le concedían los padres de familia a la fibra en la dieta de sus hijos.

El objetivo general del segundo proyecto consistía en analizar “el efecto de una intervención dietética y educativa para incrementar el consumo de fibra en la sintomatología asociada con trastornos gastrointestinales funcionales”.

Aparte de los comentarios ya realizados al proyecto anterior, sólo cabría agregar que evidentemente la empresa buscaba llevar agua a su molino para incrementar el consumo de los productos que fabrica a base de cereales con fibra. Únicamente nos gustaría insistir en que los investigadores no pueden admitir cláusulas donde se prohíba divulgar a la sociedad los resultados, menos aún las universidades públicas.

También en el campo de la investigación, la UNAM firmó con Nestlé dos convenios de colaboración. Sólo nos detendremos en el segundo de ellos, porque el objeto del primero era un estudio sobre salud del ganado bovino, y del que únicamente apuntaremos que representa un lazo financiero entre ambos organismos.

El convenio al que nos referimos, firmado a fines de 2012, tuvo como fin “establecer las condiciones y términos para participar en el proceso de desarrollo del protocolo de la investigación ‘Evaluación a largo plazo del efecto de un programa de activación física en escolares’”. En este proyecto, para el que Nestlé aportó casi 2 millones y medio de pesos, en dinero y en especie, la UNAM se comprometió, entre otras cuestiones, a registrar y desarrollar ante las comisiones de investigación y de ética de la Facultad de Medicina el proyecto.

A diferencia de los acuerdos con Kellogg’s, en este caso se estableció que ambas partes podrían usar la información y resulta-

dos derivados de las actividades desarrolladas en este proyecto en sus funciones académicas, aunque para otros propósitos se debería contar con la aprobación de la comisión técnica establecida para darle seguimiento a los avances.

Asimismo, nos parece positivo haber estipulado que las partes no usarían el nombre de la otra para fines publicitarios o etiquetas de productos u otros propósitos, salvo consentimiento expreso de la comisión técnica.

De momento ignoramos si este convenio se amplió o prorrogó, o si se firmó otro para darle continuidad. Pero lo que sí sabemos es que en 2017 se publicó el libro *Un programa para incrementar la actividad física y mejorar la salud de los escolares mexicanos. Insumos para desarrollar políticas públicas*, coeditado por el Fondo Nestlé para la Nutrición, de la Fundación Mexicana para la Salud, y la UNAM, y cuyos coordinadores fueron Ernestina Polo Oteyza y Felipe Vadillo Ortega, quien encabezó la comisión técnica por parte de la universidad. Justamente ellos dos son los autores del capítulo denominado El proyecto. Activación física y salud de escolares mexicanos. No encontramos mención alguna al proyecto realizado como resultado del convenio citado.

También aparecen como autores los doctores José Narro y Enrique Graue, quienes para 2017 eran secretario de Salud y rector de la UNAM, respectivamente, y que cuando se firmó este convenio eran el rector y el director de la Facultad de Medicina.

Es de llamar la atención que en el prólogo el doctor Graue señala que las enfermedades crónicas no transmisibles tienen causas multifactoriales y “son hoy la primera causa de mortalidad en nuestro país”. Además, reconoce que el citado libro es resultado de un esfuerzo caracterizado por la construcción de diferentes alianzas multidisciplinarias e interinstitucionales para prevenir y tratar enfermedades como la diabetes, los males cardiovasculares, los diferentes tipos de cáncer y la obesidad.

Entre las conclusiones destaca que “es posible implementar la activación física diaria dentro del horario escolar”, lo que “contribuyó a mejorar la salud de los escolares”. Termina Enrique Graue: “El libro, resultado de este proyecto, sería una valiosa herramienta para prevenir la obesidad infantil y amainar sus consecuencias, así

como una guía para orientar la implementación de políticas públicas exitosas en materia de salud”.

Muy bien, estamos de acuerdo en la importancia de impulsar el deporte y la actividad física en todos los ámbitos y para todas las edades a fin de combatir la obesidad y las enfermedades crónicas. Pero a pesar de que el contenido del libro se mencione el tema, resulta sintomático que aunque el rector Enrique Graue hable de las “causas multifactoriales” no diga una sola palabra sobre la dieta, la alimentación o el ambiente obesogénico, pese a que a juicio de los especialistas ahí se encuentran las explicaciones principales de tales padecimientos.

PERDIENDO EL ESPÍRITU

Finalmente, revisemos el convenio de colaboración firmado en 2007 con Semillas y Agroproductos Monsanto por la Coordinación de la Investigación Científica y el Centro de Física Aplicada y Tecnología Avanzada. Aunque en rigor no pertenece a la industria alimentaria, es obvio y notorio el interés de este consorcio (ahora fusionado con la gigante farmacéutica Bayer) por participar en el sistema agroalimentario mexicano.

Muestra de ello es este acuerdo con el que Monsanto consigue, por un módico “apoyo mínimo” (lo que eso quiera decir) de 200 mil pesos, la colaboración de la UNAM “a efectos de mejorar el proceso productivo de nixtamal mediante la evaluación del impacto del híbrido del maíz y su zona de producción en el rendimiento y calidad de la masa y la tortilla en México”.

Llama la atención la cláusula 16, porque da a entender que con ella la UNAM busca prevenir un acto de corrupción o un conflicto de intereses en el gobierno, pues en ella

“La UNAM” se obliga a no ofrecer ni pagar directa o indirectamente cantidad alguna de dinero o bienes a ningún funcionario para inducir su actuación en esa calidad y obtener o influir en la actuación gubernamental; u obtener ventajas impropias con relación a cualquier acto, trámite, convenio o contrato en el cual tenga injerencia

o participación Monsanto [...] En caso de que “la UNAM” reciba alguna solicitud que pueda implicar una violación a esta cláusula, “la UNAM” se compromete a dar aviso de forma inmediata a Monsanto sobre esta situación.

¿Alguna experiencia previa? No lo sabemos, pero por algo lo habrán establecido así.

Otro indicador del interés de las compañías biotecnológicas por establecer vínculos con la UNAM son los dos convenios de colaboración acordados con Agrobio, organización que como ya señalamos agrupa a varias empresas de esta industria. Los firmó el coordinador de Innovación y Desarrollo, doctor Jaime Martuscelli, y se puso como responsable por parte de la universidad a José Luis Solleiro, titular de la Dirección General de Vinculación, un vigoroso impulsor de la biotecnología en México, Argentina y Colombia.

El primero era una especie de acuerdo marco, sin ninguna actividad o proyecto en concreto, y únicamente se preveían convenios específicos. Su fin consistió en “promover el desarrollo de la biotecnología agrícola, mediante la realización de investigaciones, estudios de impacto económico y social, programas de capacitación, análisis de oportunidades de inversión y cooperación y acciones de divulgación en lo relacionado con las diferentes aplicaciones de la biotecnología agrícola”.

Lo de que “estaban previstos” es un decir, porque eso ya estaba más que pactado; un día después de la fecha de este convenio, 1º de septiembre de 2009, se firmó un convenio específico de colaboración “para realizar actividades de capacitación y difusión sobre los temas de regulación, percepción pública, análisis de riesgo y evaluación sanitaria de cultivos genéticamente modificados”. La segunda cláusula precisa que las capacitaciones se realizarían a través de seminarios, previo acuerdo entre las partes sobre contenidos, temas, duración, ponentes, costos, etcétera.

Ignoramos por qué le dieron vueltas y no pusieron la tercera cláusula como primera, dado que en realidad constituye el objeto del convenio firmado el 2 de septiembre: “Las partes acuerdan que el primer seminario a realizarse [...] será sobre el tema del análisis de

riesgo y evaluación sanitaria de cultivos genéticamente modificados con eventos apilados”. Los detalles se los debemos a los lectores, pues la UNAM nos quedó a deber a nosotros el anexo en el que se dan los pormenores.

Lo que sí podemos afirmar es que Agrobio se comprometió a otorgar aportaciones económicas para realizar las actividades acordadas, incluyendo publicaciones, costos y gastos del seminario, si bien el monto de los recursos se definiría en cada caso, además de buscar patrocinadores junto con la UNAM. Por tanto, como ocurre siempre que la industria financia total o parcialmente congresos, seminarios y cualquier evento académico, la Universidad Nacional consintió en que Agrobio tendría derecho a *sugerir* temas y ponentes, así como obviamente a *recomendar* no incluir en el programa a los que pudieran resultarle incómodos.

En cuanto al resto de los convenios a los que aludimos al inicio de este apartado, podemos señalar que todos ellos permitieron a la industria, de una u otra forma, tejer lazos financieros con la UNAM. Observemos más de cerca algunos de ellos, los que a nuestro juicio resultan más interesantes.

Los cuatro firmados con Bimbo y Grupo Bimbo son variopintos. Uno va de la colaboración para realizar la 3ª Feria Educativa “Estudia sin fronteras”, mediante el cual la UNAM se comprometió a poner el logo de la empresa en mantas y material promocional a cambio de 80 mil pesos.

En otro, la FES Acatlán-UNAM recibió de Bimbo 390 mil pesos para comprar material técnico, suplementos alimenticios, material médico y ropa deportiva, a cambio de portar en todos los uniformes el logo y diseño de la empresa.

Uno más fue para apoyar los programas académicos de movilidad estudiantil, por medio de diez becas anuales de manutención, de 6 mil pesos mensuales por tres a cinco meses, según fueran de posgrado o licenciatura.

Sólo nos detendremos en el convenio de colaboración del 1º de abril de 2011 mediante el cual se establecieron las bases “para que la UNAM, en colaboración con Grupo Bimbo, lleve a cabo las exposiciones permanentes ‘La salud, vida en equilibrio’ y ‘La química está en todo’, dentro de las instalaciones del Museo Universum”.

De entrada, algo raro pasó con las fechas, pues se dice que las exposiciones estaban programadas para iniciarse en enero y febrero de 2011, respectivamente. ¿Empezaron antes de firmarse el convenio, o fue un lamentable dedazo?

Más allá de esta pifia, para nosotros lo importante es que aun cuando la UNAM sería la responsable de coordinar el desarrollo del guión temático y del guión museográfico con los asesores científicos y especialistas de Bimbo, la universidad accede a que la empresa revise el material que le proponga para exhibición y difusión. (Faltó decir “y apruebe”, pero es obvio).

Como cualquiera que visite las exposiciones puede constatar, al final del recorrido hay un espacio para agradecer a Bimbo y colocar sus marcas, logos, créditos y nombres comerciales. Así que al final nos encontramos con los logotipos de Bimbo, Barcel y la Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas (ANPRAC), más un agradecimiento a La Costeña.

Además de esto, a cambio del espacio, el diseño industrial de los equipos interactivos, el diseño gráfico, el desarrollo de ingeniería y electrónica, así como la producción de multimedios y videos, sin contar con los guiones temático y museístico, aparte de otorgar a Bimbo la exclusividad respecto a la colaboración y patrocinio para establecer las exposiciones, en relación con las categorías de panificación, botanas y confitería, la corporación pagó un millón de pesos, que fueron entregados a Fundación UNAM. Una verdadera ganga.

Pero hay una historia detrás de la exposición “La salud, vida en equilibrio”. De buenas fuentes, cuya identidad nos reservamos, sabemos que en la época en que René Drucker Colín era el titular de la Dirección General de Divulgación de la Ciencia, de la que depende el Museo Universum, había la intención de publicar un cartel y montar una exposición acerca de la relación entre el elevado consumo de refrescos y las altas tasas de obesidad en México; sin embargo, Drucker Colín no estuvo de acuerdo y adujo que los refrescos, cuando se beben con moderación, no hacen daño (o sea, no hay alimentos buenos ni malos).

Peor aún, al enterarse de estas intenciones, el rector Narro ordenó olvidarse de toda alusión al daño que provocan las bebidas con azúcares agregados porque Coca-Cola tenía varios proyectos

con la Facultad de Química. Recordemos el proyecto de la Genoteca indígena, aunque también había otro cuyo objetivo era desarrollar una bebida para diabéticos que fabricaría esa corporación.

Las partes del rompecabezas encajan muy bien, si consideramos que en esa época el secretario general de la UNAM era Eduardo Bárzana, quien antes fuera el director de la Facultad de Química, y que entre el grupo de empresas amigas de esta última se encuentra la Fundación Coca-Cola. ¿Casualidad? Definitivamente no. Desde hace varios años y hasta hoy en día, Eduardo Bárzana es consejero de Fundación Coca-Cola México.

Y esta historia tiene otro epílogo, muy actual, donde vuelve a evidenciarse el clásico oportunismo del libro de jugadas al que apelan las corporaciones. Como la Industria Mexicana de Bebidas –integrada por la ANPRAC y sus 120 plantas embotelladoras de bebidas no alcohólicas– siempre ha tenido “un gran compromiso con la salud de todos los mexicanos, así como de fomentar el sano desarrollo de la población”, en la pandemia de coronavirus de 2020 Marina Gutiérrez Wilson, consultora de Asuntos con Gobierno de la asociación de refresqueras, envió a los diputados un mensaje en el que afirma: “en 2010 (*sic*) establecimos una alianza con la UNAM para dar vida a la sala interactiva y permanente ‘Salud: Vida en Equilibrio’ en Universum Museo de Ciencia”.

En un evidente intento por hacer que los legisladores y la población olvidemos que la obesidad y enfermedades como la diabetes –asociadas con el consumo de bebidas con azúcares agregados– fueron catalogadas como factores de riesgo en la pandemia, termina la misiva: “Estamos convencidos de que actuando juntos, entre sociedad, gobierno e industria podemos mejorar la calidad de vida de todos los mexicanos”.

Pasando a otro micro relato, pero ya que entramos en Universum, no podemos dejar de mencionar la exposición temporal “Un mundo dentro de ti”, que se celebró del 19 de agosto al 30 de diciembre de 2017, aunque ignoramos si fue resultado de un convenio o cómo se concertó. Conforme a un video en el que quedó registro de esta exposición, el microbioma, contrario a lo que se piensa, juega un papel importante en nuestro cuerpo y es benéfico para el desarrollo de los seres vivos. Por ello, dice Nimbe Torres y

Torres, del INCMNSZ y directora científica del ILSI-México hasta 2015, cuando cerró sus oficinas, “es importante que nosotros consumamos probióticos”. Como éstos se encuentran vivos en el yogur, “no olvides incluir yogur como parte de tu alimentación de todos los días”, termina la voz en *off* del video promocional.

¿Quién creen que patrocinó esta exposición? Si respondieron Danone, acertaron.

Por otra parte, en cuanto al convenio con Pepsicola, se trató de un convenio de colaboración firmado en 2011 “para los programas del deporte y la recreación, dirigidos en especial a la comunidad universitaria, así como al desarrollo de actividades que beneficien a ambas partes”. A cambio de recibir material promocional, hidratación, playeras de entrenamiento, maletines de entrenamiento, cajas de Gatorade en polvo, y otras cosas de Pepsicola, la UNAM se comprometió a poner el logo de esta bebida “científicamente diseñada” en las camisetas de competidores de carreras, en los juegos internos y en mantas e inflables en los partidos del equipo de fútbol americano de Pumas CU de la liga mayor.

Por lo visto, esta marca comercializada por Quaker Oats Company, una división de PepsiCo, hizo buenas migas con la UNAM, al grado que trabaron una alianza que permitió al Instituto Gatorade de Ciencias del Deporte (GSSI) realizar conjuntamente con esta casa de estudios el Congreso Internacional Ciencia en Movimiento, en 2014.

De pilón, antes del evento este instituto de bebidas científicas puso a disposición del Centro de Educación Continua de Estudios Superiores del Deporte (CECESD) de la UNAM, por 18 meses, el GSSI LAB, que a decir de la información que circuló es “un espacio único en su tipo con los últimos avances de la ciencia y tecnología aplicadas al deporte y que tiene como objetivo enseñar a los atletas a conocer sus respuestas fisiológicas en el ejercicio y cómo mejorar su rendimiento a través un plan de nutrición e hidratación personalizado”. Vamos, de ahí derecho a las olimpiadas.

Finalmente, daremos cuenta de un inusual conflicto de intereses. Tuvimos acceso a un par de los tres convenios firmados con el Aspen Institute México, el cual es un grupo fachada, es decir, que se presenta ante la opinión pública como una organización de

la sociedad civil, pero que tiene entre sus miembros a importantes representantes de la industria de alimentos y bebidas, así como académicos e intelectuales, tal cual veremos en detalle en un siguiente capítulo.

Aquí deseamos limitarnos a comentar que hasta enero de 2019 el presidente de este organismo era el ex rector de la UNAM Juan Ramón de la Fuente, quien fuera secretario de Salud en el sexenio de Ernesto Zedillo.

Así las cosas, en marzo de 2014 José Narro, el entonces rector de la UNAM, se integró como miembro del Consejo Directivo de dicho instituto. Tal vez hasta este punto, no habría ningún pero que poner... si no fuera porque en el convenio pactado la UNAM se comprometía (y suponemos que hasta la fecha lo está, porque el doctor Enrique Graue representa hoy a la universidad en dicho Consejo) a aportar una cuota anual de 50 mil dólares. Tenemos copia de varios recibos de los pagos bimestrales realizados que así lo comprueban.

Posteriormente, en 2015, José Narro decidió que la UNAM aportara un millón y medio al Instituto Aspen para desarrollar conjuntamente el proyecto “Arqueología subacuática: el mundo sagrado de los mayas”, como parte del programa de investigación del subsuelo de la península de Yucatán impulsado por el Instituto Aspen, bajo el concepto de *turismo innovador*, en conjunto con la UNAM, National Geographic Society, la Universidad Tecnológica de la Riviera Maya y el Instituto Nacional de Antropología e Historia, como organizaciones aliadas.

Además de aportar ese dinero, Narro comprometió a la Máxima Casa de Estudios a elaborar tres programas de televisión, producidos y coordinados por TV UNAM, con la participación de investigadores de esta casa de estudios –al parecer, uno de ellos es el documental *El gran acuífero maya*–, y a publicar un libro de divulgación. ¿Y a qué se comprometía el Aspen Institute? Básicamente, a realizar las actividades que le correspondan para el desarrollo del objeto del convenio (sin especificar ninguna) y a entregar el material necesario para la elaboración de los programas de TV y el libro (lo que quiera que eso signifique), aparte de gastar el dinero en el objeto del convenio.

Decíamos que es un caso singular porque en vez de que la UNAM recibiera dinero de la industria, como en el resto de los convenios, en esta historia el dinero salió del presupuesto universitario (que por definición le asigna el erario público y que siempre es insuficiente, como claman las autoridades universitarias) rumbo a una asociación que en el fondo defiende los intereses de la industria. Esto no es una elucubración, sino que se constató claramente en el papel que cumplió este instituto en el OMENT, como lo documentamos en los capítulos 3 y 8.

De modo que, desde nuestro punto de vista, el rector Narro debió excusarse de comprometer a la UNAM a aportar una cuota anual, y por lo tanto a formar parte del Consejo Directivo de un instituto cuyas actividades generales defienden intereses privados; por supuesto, también debió negarse a financiarle cualquier proyecto porque se trataba de dineros públicos de una universidad que invariablemente se queja de la insuficiencia del presupuesto del Estado. Sin embargo, dada su trayectoria y sus aspiraciones personales, Narro difícilmente iba a negarse a colaborar con el Instituto Aspen.

Precisamente por la trayectoria de estos dos personajes decidimos delimitar la muestra de nuestra exploración en la UNAM a los periodos en los que fueron rectores de esta casa de estudios. Aunque tendríamos que investigar más, todo parece indicar que el doctor Enrique Graue ha seguido por una ruta similar, no sólo porque había participado como representante de la Facultad de Medicina en los convenios referidos con Kellogg's y Nestlé, sino porque recientemente Coca-Cola México reveló haber aportado en 2018 a la Fundación UNAM 2 millones 739 mil 615 pesos para llevar a cabo el "Programa de investigación en materia de sociología aplicada y opinión pública", mencionado en este mismo capítulo.

Estamos muy lejos de querer perjudicar a la Universidad de la Nación al ventilar ante la opinión pública casos como éstos, en los que corre el riesgo de incurrir en conflictos de intereses. Todo lo contrario, estamos convencidos de que en realidad no vale la pena que nuestra *alma mater* ponga en entredicho su enorme prestigio al participar junto con la industria, como en los casos de las investigaciones para demostrar las cualidades de una marca de cereal o re-

saltar las virtudes de la actividad física en el combate a la obesidad. A nuestro juicio, no tiene nada que ganar y sí mucho que perder.

Por lo que hemos visto, afortunadamente, la UNAM está tomando cada vez más conciencia del tema del conflicto de intereses. Aquí y allá se ven signos alentadores. Desde 2014 la Universidad Nacional creó el Seminario Universitario de Transparencia, y se nombró como coordinadora a Jacqueline Peschard, quien fue comisionada presidente del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública de 2009 a 2013. La Comisión de Ética del Subsistema de Humanidades de la universidad presentó su postura sobre conflicto de interés en 2018. La Contraloría puso a disposición de los universitarios una Guía para el llenado de declaración de intereses.

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales organizó la conferencia internacional “¿Qué sabemos del conflicto de interés?” el 21 de enero de 2019, donde Jacqueline Peschard, aseguró, según la nota titulada “México debe regular e inhibir el conflicto de interés a nivel público y privado”, publicada en la *Gaceta de la UNAM*:

Este tema es fundamental porque la captura de intereses públicos por parte de intereses empresariales o privados deteriora la integridad de la gestión pública y daña la confianza en las instituciones democráticas.

Este asunto es indispensable para entender que la corrupción no sólo implica sobornos y fraudes, sino también el uso de intereses públicos como si fueran intereses privados [...]

Finalmente, el 28 marzo de 2019, el rector Enrique Graue publicó el Acuerdo por el que se Establecen los Lineamientos Generales sobre Transferencia de Tecnología y Conocimiento en la Universidad Nacional Autónoma de México, cuyo capítulo XIII se dedica al conflicto de intereses. Es un avance, sin duda, y cabe esperar, por ejemplo, una vez establecido en estos lineamientos que cuando se trate de proyectos financiados por fondos de terceros “la Universidad podrá hacer uso del conocimiento derivado para sus fines docentes y de investigación”, entonces no se volverá a suscribir un convenio de colaboración como el ya referido con

Kellogg's, en el cual consintió en que sólo podría utilizar los resultados de investigación con la autorización de la empresa.

Nos resulta muy alentador que se hable cada vez más de este tema en la Máxima Casa de Estudios porque, como ya señalamos, al mismo tiempo allí se observan otros signos a los que nos parece es necesario prestar mayor atención en materia de prevención de conflictos de intereses. Por ejemplo, en las labores realizadas por la Coordinación de Vinculación y Transferencia Tecnológica, así como en el Instituto de Ciencias Aplicadas y Tecnología.

En efecto, en lo que hasta marzo de 2018 era el Centro de Ciencias Aplicadas y Tecnología, José Luis Solleiro, de quien ya hablamos antes, desarrolló incluso un modelo de oficina de transferencia de conocimiento para las universidades mexicanas, a fin de vincularse con el sector productivo, “con la finalidad de ofrecer respuestas a las necesidades tecnológicas compatibles con el manejo de negocios tecnológicos en las empresas”.

Nos da curiosidad saber cómo funciona Cognos UNAM, un portal que encontramos en internet donde aparece “el catálogo de servicios e infraestructura que la UNAM ofrece a los sectores público, privado y a la sociedad en general, para promover el desarrollo y la innovación nacional”. En un lenguaje muy publicitario, a través de esta opción la universidad está ofreciendo que aquí “puedes encontrar la mejor solución a tus necesidades en cualquier ámbito y área”.

Buscamos una entrevista en Cognos para que nos explicaran cómo están previniendo conflictos de intereses y analizar situaciones posibles. “¿Qué pasaría en caso de que se acercara con ustedes, por ejemplo, una empresa refresquera y les dijera que quiere que la UNAM le haga un estudio para demostrar que los azúcares no se relacionan con la obesidad?”

Nos explicaron que Cognos únicamente canaliza los diversos proyectos a las instancias correspondientes, y nos pidieron comunicarnos una semana después para ver si nos podían atender en la Coordinación de Vinculación y Transferencia Tecnológica.

Así lo hicimos, pero nos indicaron que nos dirigiéramos a Rodolfo González Fernández, director de Información de la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) de la UNAM, quien a

su vez nos dijo que mejor buscáramos directamente a la abogada general de la UNAM. Así lo hicimos para solicitarle la entrevista, y un día después la doctora Mónica González Contro nos pidió ponernos en contacto con Guadalupe Díaz, de la Dirección de Enlace y Relaciones Públicas de la DGCS... Y en eso llegó el *tsunami* del coronavirus y todo se paralizó en la Universidad Nacional.

Ya veremos. Por lo pronto la UNAM no es el único espacio donde se cuecen estas habas.

IPN: TRAS LOS NEGOCIOS

“Laboratorio de Sabores en Querétaro conquista ‘paladar’ de la industria”, escribió sugerentemente Lucero Almanza en *El Financiero* en febrero de 2019. En su nota, cuenta que la necesidad de innovar sabores y olores en la industria alimentaria y otros sectores llevó a que en diez años de existencia dicho laboratorio prestara sus servicios a alrededor de 120 empresas, hasta principios de 2019.

En consecuencia, la creciente demanda que ha tenido el Laboratorio de Análisis de Sabores y Fragancias, del Centro de Investigación en Ciencia Aplicada y Tecnología Avanzada (CICATA) Unidad Querétaro, del Instituto Politécnico Nacional (IPN), implicó la multiplicación de convenios con empresas del sector alimentario, donde están la mayoría de sus clientes, aunque también de las industrias farmacéutica y cosmética.

Desde hace años, el IPN ha mostrado un especial interés no sólo en tener un acercamiento con distintas industrias, sino en generar nuevos productos y en patentarlos. Cualquiera que busque “productos del IPN” encontrará desde Polisalud la tienda del IPN o el Catálogo de productos y servicios bióticos, del Centro de Desarrollo de Productos Bióticos, hasta investigaciones del Cinvestav sobre “super alimentos” para mejorar la alimentación, la economía y el desarrollo del país, aparte de una gran cantidad de proyectos de biotecnología agrícola, por ejemplo el que emprendieron investigadores del Laboratorio Nacional de Genómica para la Biodiversidad (Langebio), del Cinvestav en Irapuato, para descifrar el genoma del aguacate.

El reconocido biotecnólogo Alfredo Herrera Estrella, director del Langebio, es un fiel representante de estos científicos-empresarios que hay en el IPN. Él fundó en 2011 su propia corporación, Stelagenomics, en Santa Clara, California, con operadores tanto en Estados Unidos como en México. En su página de internet presume de qué se trata este negocio:

La compañía posee los derechos mundiales exclusivos de la cartera de propiedad industrial desarrollada por el Dr. Luis Herrera Estrella, líder mundial y pionero de la categoría transgénica de plantas que permite un control más racional y ecológico de las malezas y el uso de fertilizantes en los modernos métodos de alto rendimiento en la agricultura.

Además, Stelagenomics se enorgullecía en 2013 de haber completado “sus primeras pruebas de campo para tabaco con resultados favorables, y ha transformado con éxito cinco cultivos principales, con una sólida cartera de propiedad intelectual en los principales mercados agrícolas”.

Respecto a las investigaciones sobre el aguacate, lamenta que al limitar la inversión en ciencia y tecnología, el actual gobierno federal ponga en riesgo la aplicación de este conocimiento y la competitividad de México como principal exportador frente a otros interesados en este “oro verde”.

Aferrado al dogma de la equivalencia sustancial, Herrera Estrella insiste en afirmar que “los transgénicos no hacen más que acelerar el proceso de mejoramiento de la planta” y en que “no hay nada artificial en ello”. Como Bolívar Zapata, el ex asesor de Peña Nieto, clama: “Toda la evidencia científica, incluyendo 100 premios Nobel, dice que no hay ningún problema ni una diferencia entre las plantas genéticamente modificadas, con las plantas que no”. Aludió a la carta firmada por un centenar de eminencias, que en su momento objetó Silvia Ribeiro, directora del Grupo ETC.

Para este tipo de científico-emprendedor, sea el aguacate, el tabaco, el arroz dorado o el maíz, todo cultivo del que se pueda sacar provecho y hacer negocio es *oro verde*, e incluso cualquier cosa que se arrastre como el caracol y su baba para producir gel reductor.

A todo parece verle el signo de pesos. Más que una preocupación auténtica en la salud y la nutrición, en esta visión empresarial de la ciencia y tecnología de alimentos sobresale el interés comercial.

Lo anterior nos queda más que claro con los resultados obtenidos por medio de las solicitudes de acceso a la información que dirigimos al IPN, en particular una relación de 26 proyectos de investigación sobre ciencia y tecnología de alimentos, los cuales fueron realizados por esta casa de estudios con apoyo o financiamiento de empresas de la industria de alimentos y bebidas entre 2008 y 2018, dos de ellas grandes corporaciones como Pepsicola (*sic*) y Sabritas.

Por cierto, no podemos dejar de mencionar que la transparencia en el Politécnico es menos que opaca, pues mucho de lo que reportaron es prácticamente inservible, incluidas más de 40 hojas casi en blanco por la información reservada, mil hojas con notas de gastos sin importancia, incluso de empresas de las que no solicitamos datos, mientras declararon buena parte de la información como confidencial, omitiendo las condiciones de los convenios y el monto de los proyectos importantes, por ejemplo, con PepsiCo Inc., la Cámara Nacional de la Industria de la Cerveza y de la Malta y Kellogg Foundation.

A diferencia de los proyectos que reportó la UNAM, varios de los cuales tenían que ver con la nutrición y la salud, al menos todos los que recibimos del IPN se relacionan con la ciencia y tecnología de alimentos.

Por ejemplo, entre 2009 y 2011, el CICATA del IPN firmó con Sabritas cinco convenios de investigación de tecnologías tanto de saborización para ser usada en productos nuevos o ya conocidos, como para expandir botanas o probar la adhesión de saborizantes en productos de la firma, a la que todos esos trabajos le costaron únicamente 1 millón 829 mil 685 pesos.

Con Pepsicola Mexicana, este organismo politécnico también suscribió cinco convenios, relacionados con sazonzadores de botanas y estabilidad de compuestos asociados con la vida en anaquel de bebidas, trabajos por los que el CICATA percibió 4 millones 680 mil 380 pesos. En estos dos casos y los demás su objetivo es la tecnología de alimentos.

Como dice Marion Nestle, debemos distinguir que existen diferentes riesgos de conflicto en cada caso. Por una parte, la ciencia de la nutrición tiene como objetivo orientar a los consumidores para llevar una dieta adecuada y así mejorar la salud pública, pero como no todos los comestibles que producen las compañías de alimentos promueven la salud, éstas y aquélla suelen chocar porque sus intereses no están necesariamente alineados entre sí.

En contraste, el fin de la ciencia y tecnología de los alimentos es apoyar a la industria alimentaria y sus objetivos, por medio de la capacitación de estudiantes y la realización de investigaciones y desarrollos tecnológicos. “Al ser un brazo de la industria alimentaria, las misiones de los científicos de alimentos y los patrocinadores de la industria están estrechamente alineados, lo que minimiza las posibilidades de conflictos de intereses”. Siempre y cuando no se les ocurra a aquéllos introducir cuestiones sobre los efectos en la salud de los productos, porque esto complica las cosas.

Ante la reticencia del IPN a transparentar sus acciones, que despiertan suspicacia, no logramos identificar conflictos de intereses como los que observamos en la Máxima Casa de Estudios para poder ventilarlos. No dudamos de la integridad de la mayoría de sus investigadores y académicos, pero lo que no se ventila huele mal. Esperamos que todo esto lo estén contemplando el IPN y el Cinvestav, a través de su Código de Conducta del Comité de Ética y de Prevención de Conflictos de Intereses.

RECUADRO 05

EL DILEMA DE LA ANTROPOLOGÍA DE LA ALIMENTACIÓN

No es que necesariamente esté mal o sea cuestionable emprender un negocio, crear una empresa, producir alimentos. No estamos en contra de la industria ni de la iniciativa privada. Ambas tienen un papel que cumplir y van a seguir existiendo. Lo que nos resulta desalentador en muchas de ellas es la falta de una auténtica preocupación social, ambiental y por la salud, que se privilegie el obtener las máximas ganancias en el menor tiempo posible, a costa de lo que sea.

No deja de inquietarnos cuán profundo ha calado este pensamiento economicista ni cómo ha llegado hasta los rincones más insospechados del quehacer humano. Quizá en algunos casos, como el que vamos a abordar, no se trata de conflictos de intereses en sentido estricto. ¿Pero cómo llamar entonces a la privatización de espacios y conocimientos comunitarios o de los bienes y servicios públicos?

Dejemos que sea la doctora Isaura García, del Colegio de Antropología Social de la Facultad de Filosofía y Letras, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), quien nos narre en primera persona esta historia:

A raíz del primer Coloquio de Antropología y Etnografía de la Alimentación en la BUAP, en 2012, ante la gran problemática de la salud alimentaria presentamos la propuesta de una maestría en Antropología de la Alimentación. Sin embargo, el Consejo Interno de la BUAP nos sugirió replantear el proyecto porque en ese momento el Conacyt no estaba apoyando maestrías, pues tenía el propósito de impulsar la creación de especialidades para que se titularan rápido los estudiantes. No obstante, cuando entregamos la propuesta de la especialidad, con un enfoque en

investigación, la Vicerrectoría de Investigación y Estudios de Posgrado de la universidad sugirió que fuera profesionalizante.

Esto nos obligó a cambiar la lógica de la estructura de la especialidad, porque desde la perspectiva del Conacyt todas las especialidades deben ser profesionalizantes, es decir, ofrecer algunas habilidades y herramientas para poder aplicarlas como profesionista en algo. Aun así, los cambios realizados no han sido suficientes para el Conacyt. En su respuesta de 2018, nos negaron la entrada al Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) porque no estamos profesionalizando, ya que no tenemos vínculos con la industria alimentaria, y nos recomendaron que nuestros alumnos preferentemente ya estuvieran trabajando en ella.

Me parece que el Conacyt no acaba de entender el sentido de la especialidad. En las dos ocasiones que hemos sometido a dictamen nuestro programa para entrar al PNPC, nos ha designado como evaluadores a ingenieros que trabajan en la industria alimentaria, en laboratorios particulares y en agronomía, más un antropólogo y un historiador.

Para nosotros, nuestros vínculos deben ser académicos, no industriales. Si nos vinculamos con la industria, desde mi perspectiva, se acaba la cultura alimentaria. Según quienes nos evaluaron y conforme al reglamento del PNPC, si eres profesional no debes de investigar. Entonces, ¿cómo voy a resolver un problema si no lo investigo? Y no vamos a poder satisfacer eso porque la antropología, por vocación, indaga.

Contraargumentamos que esta especialidad ofrece al gastrónomo, al nutriólogo, al médico y a otros profesionales interesados la posibilidad de aprender las bases de la antropología de la alimentación, a fin de poder hacer propuestas para aplicar sus conocimientos en la solución de problemas observados en campo.

No hubo ningún respeto a la propuesta de plan de estudios, que es lo último que evalúan. Incluso cuestionaron los objetivos; o sea, no debíamos enseñar lo que considerábamos. La pertinencia se evaluó desde aquí en la BUAP, pero sólo en términos cuantita-

tivos. Creo que esta especialidad se justifica por sí misma, por las necesidades y problemas del país, pero no se ve así.

Nuestra especialidad tiene un semestre que es teórico, donde enseñamos a investigar y luego a buscar problemáticas que solucionar. Una serie de materias pensadas para la maestría se quedaron como optativas de la especialidad: territorio de la alimentación, procesos bioculturales de la alimentación, cultura e identidad alimentaria, seguridad alimentaria y sustentabilidad, temas selectos y antropología aplicada a procesos alimentarios, en la que analizamos temas como el etiquetado e incluso la nefasta aplicación que se ha hecho de la antropología.

La especialidad es muy buena, pero se está reestructurando porque no puede pasar los cánones del PNPC. A ver cómo queda porque si tenemos vinculaciones con la industria, vamos a terminar trabajando para un laboratorio o una empresa alimentaria. ¿Nos seguirá calificando así el Conacyt? Veremos.

Mientras no tengamos el aval como PNPC, no habrá becas. Mis alumnos han tenido que trabajar para Sabritas o hacer entrevistas en casas para ver cómo consumen croquetas los perros. Es muy complicado.

Fuentes consultadas

- Pollan, Michael. (2009). *El detective en el supermercado*. Madrid: Temas de Hoy.
- García Blanca, Jesús. (2013, junio). Quién está detrás del Codex Alimentarius. *Discovery DSsalud* núm. 161. Disponible en: www.dsalud.com/reportaje/quien-esta-detras-del-codex-alimentarius/, consultado 09-02-2020.
- Cirilo, Beatriz. (2010, octubre-diciembre). La nutrición como ciencia. *Revista de la Facultad de Salud Pública y Nutrición*, vol. 11, núm. 4. México: UANL.
- Universidad Autónoma de Tlaxcala. (2012). La enseñanza de la nutriología en México. Facultad de Ciencias de la Salud, Licenciatura en Nutrición. Disponible en: http://fcsalud.mx/Nutricion/Informes/Historia_nutricion.htm, consultado 09-03-2020.
- Asociación Mexicana de Miembros de Facultades y Escuelas de Nutrición. (2020). Antecedentes. Disponible en: www.ammfen.mx/antecedentes.aspx, consultado 09-03-2020.
- Coca-Cola México. (2020). Nuestro compromiso con la transparencia, Apoyos a proyectos de investigación 2017-2019. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/transparencia/apoyos-a-proyectos-de-investigacion, consultado 20 de marzo, 2020.
- Rodríguez Hernández, Carlos Erwin (2016). *El Sistema Nacional de Investigadores en números*. México: Foro Consultivo Científico y Tecnológico, AC. Disponible en: www.foroconsultivo.org.mx/libros_editados/SNI_en_numeros.pdf, consultado 20-03-2020.
- Castillo, Miriam et al. (2019, agosto). La estafa maestra: graduados en desaparecer dinero público. *Animal Político y Mexicanos contra la Corrupción*. Disponible en: www.animalpolitico.com/estafa-maestra/, consulta en marzo 4, 2020.
- UNAM, DGCS. (2019, 21 de enero). México debe regular e inhibir el conflicto de interés a nivel público y privado. *Boletín UNAM-DGCS-041*. Disponible en: www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2019_041.html, consultado 18-03-2020.
- UNAM (2014, 13 de marzo). Crean Seminario Universitario de Transparencia. *Gaceta UNAM*. Disponible en: http://investigacion.politicas.unam.mx/sut/?page_id=126, consultado 19-03-2020.
- UNAM, Contraloría (2019). Guía para el llenado de declaración de intereses. Disponible en: www.contraloria.unam.mx/sites/default/files/archivos/declaracion_intereses_v180613.pdf, consultado 19-03-2020.
- UNAM, Humanidades. (2018, 15 de junio). Postura de la comisión de ética del subsistema de humanidades sobre conflicto de interés. Disponible en: www.humanidades.unam.mx/sites/default/files/archivos/Postura-Comision-de-Etica-conflictos.interes.pdf, consultado 19-03-2020.
- UNAM. Modelo de Oficina de Transferencia de Conocimiento para las Universidades mexicanas. Disponible en: www.buenaspracticassots.unam.mx/interiores/modelo/ModeloOTC_general.pdf, consultado 21-03-2020.
- RunMX. (2014, 9 de septiembre). El Instituto Gatorade de Ciencias del Deporte (GSSI) y la UNAM, inauguran el Congreso Ciencia en Movimiento. Disponible en: www.runmx.com/el-instituto-gatorade-de-ciencias-del-deporte-gssi-y-la-unam-inauguran-el-congreso-ciencia-en-movimiento/, consultado 21-03-2020.
- UNAM. Política para la atención de Conflicto de Interés, Modelo de Oficina de Transferencia de Conocimiento para las Universidades mexicanas. Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT-UNAM). Disponible en: www.buenaspracticassots.unam.mx/interiores/modelo/Politica_ConflictoInteres.pdf, consultado 21-03-2020.
- Graue Wiechers, Enrique Luis. (2019, 28 de marzo). Acuerdo por el que se Establecen los Lineamientos Generales sobre Transferencia de Tecnología y Conocimiento en la Universidad Nacional Autónoma de México. *Gaceta de la UNAM*. Disponible en: <http://acervo.gaceta.unam.mx/index.php/gum10/article/view/88047>, consultado 16-03-2020.
- Almanza, Lucero (2019, 1° de febrero). Laboratorio de Sabores en Querétaro conquista «paladar» de la industria. *El Financiero*. Disponible en: www.elfinanciero.com.mx/bajio/laboratorio-de-sabores-en-queretaro-conquista-paladar-de-la-industria, consultado 16-03-2020.

- IPN, Centro de Desarrollo de Productos Bióticos Catálogo de productos y servicios. Disponible en: www.ipn.mx/assets/files/ceprobi/docs/catalogo_productos-ceprobi.pdf, consultado 16-03-2020.
- IPN, Conexión Cinvestav. Disponible en: <https://conexion.cinvestav.mx/Publicaciones/s250per-alimentos>, consultado 16-03-2020.
- IPN, Langebio (2019, agosto). Científicos del Langebio descifran genoma del aguacate. Disponible en: <https://langebio.cinvestav.mx/nosotros>, consultado 16-03-2020.
- Stelagenomics, página de inicio. Disponible en: <http://stelagenomics.mx/index.html>, consultado 16-03-2020. Nota: Después de la fecha en que consultamos esta página, este link dejó de estar disponible. Véase <https://avanceyperspectiva.cinvestav.mx/luis-herrera-estrella-la-coexistencia-es-posible/>; <https://www.facebook.com/StelaGenomics-1445834092400262/>. omics.
- Laureates Letter Supporting Precision Agriculture (GMOs) (2016, 29 de junio). Disponible en: https://supportprecisionagriculture.org/nobel-laureate-gmo-letter_rjr.html, consultado 20-01-2020.
- Ribeiro, Silvia (2018, 1° de junio). "Cae otro mito transgénico: arroz dorado atrofia los cultivos", *La Jornada*. Disponible en: www.jornada.com.mx/2018/01/06/opinion/018a1eco, consultado, enero, 2020.
- Polisalud, Productos Politécnicos, página de inicio. Disponible en: www.productospolisalud.com.mx/tienda-del-poli/quienes-somos/, consultado 16-03-2020.
- UNAM, Universum, Museo de las Ciencias. Exposición permanente: La salud, vida en equilibrio. Disponible en: www.universum.unam.mx/exposiciones/salud, consultado 16-03-2020.
- UNAM, Universum, Museo de las Ciencias. Exposición permanente: La salud, vida en equilibrio. Disponible en: www.universum.unam.mx/assets/pdfs/guias-de-sala/guia-salud.pdf, consultado 16-03-2020.
- Universum, Museo de las Ciencias. (2017, 19 de agosto al 30 de diciembre). Exposición temporal: Un mundo dentro de ti. Disponible en: www.youtube.com/watch?time_continue=36&v=sobFvSYCTnk, consultado 16-03-2020.

ASOCIACIONES, ¿TOCAN LA PUERTA AL DIABLO?

SOCIEDADES PROFESIONALES FUERA DEL CLÓSET

Si su esposa y usted padecieran diabetes o una enfermedad del corazón, ¿qué dirían si se enteraran de que los médicos que los atienden son miembros de agrupaciones profesionales de salud que reciben apoyo de Coca-Cola? ¿Y si el pediatra de su hijo con obesidad formara parte de una organización cuyo programa anual es financiado por Nestlé? Cabe la posibilidad de que se trate de médicos honestos, íntegros, quizá un tanto ingenuos, o que ustedes no le concedan a ese hecho mayor importancia, como sea, pero... ¿tal cercanía les inspiraría la misma confianza en ellos que antes de saberlo?

Lo cierto es que en todo el mundo se ha vuelto una práctica común que las sociedades profesionales de médicos sean financiadas por compañías farmacéuticas, y que de igual modo las agrupaciones de nutriólogos, pediatras y otras especialidades reciban

apoyo de los grandes fabricantes de cereales industrializados, de fórmulas de leche, de las corporaciones de comestibles ultraprocesados y bebidas con azúcares agregados, e incluso de las empresas productoras de huevo, carne y leche. Vamos, como si un hospital de enfermedades respiratorias fuera patrocinado por la industria tabacalera.

Es decir, que las asociaciones de especialistas cuya misión consiste en cuidar y proteger nuestra salud, por encima de cualquier otra consideración, suelen estar financiadas por industrias que fabrican productos dañinos a la salud.

Tanto quienes dan –con el fin de influir veladamente en la opinión profesional de los especialistas para posicionar sus productos– como quienes reciben –jurando y perjurando que el consejo médico es invulnerable a la seducción de las industrias– tienen argumentos para defender sus posiciones. Sin embargo, los que estamos del otro lado del mostrador como pacientes o consumidores rara vez nos enteramos de los lazos financieros tejidos entre ambos polos, porque nos privan de datos para contar con mayores elementos de juicio y tomar mejores decisiones. Ocultar información es otra forma de fabricar ignorancia, la cual complementa la generación de resultados a modo de la investigación, y ambas contribuyen a engañar.

Lo anterior se debe, al menos en parte, a que la reglamentación en materia de transparencia y acceso a la información en México no ha llegado aún al sector privado, a diferencia de países como Estados Unidos. Por ejemplo, más allá de las críticas a los fundamentos científicos que se le puedan hacer al documental *What the Health*, no podemos dejar de preguntarnos por qué destinan tanto dinero las poderosas corporaciones alimentarias y las cadenas de comida rápida a organizaciones como la Asociación Americana de Diabetes, la Sociedad Americana de Cáncer o la Asociación Americana del Corazón, ni por qué razones aceptan ese dinero al parecer sin mayor pudor o resquemor.

No obstante, la mayoría de las veces la injerencia de las corporaciones pasa desapercibida para los consumidores. Por eso, no deja de asombrarnos la decisión que Coca-Cola Company tomó cuando quedó al descubierto la creación y el financiamiento de la

Red Global de Balance de Energía: dar a conocer en septiembre de 2015 la lista de profesionales de la salud, científicos, organismos académicos y centros de investigación que había apoyado en Estados Unidos los cinco años anteriores, y con cuánto, e incluso actualizar periódicamente esa relación. Según dimos cuenta en el capítulo 2, esa iniciativa de transparencia se expandió a muchos otros países, incluido México.

Aun con las limitaciones y omisiones que señalamos, ese ejercicio de transparencia fomentó el análisis, como señaló Marion Nestle: en Estados Unidos salieron a la luz los nombres de 115 personas apoyadas, la mayoría de ellos dietistas y académicos, así como el financiamiento a la Academia de Nutrición y Dietética, la Academia Americana de Pediatría y la Academia Americana de Médicos de Familia, todas las cuales teóricamente “recomendarían evitar las bebidas azucaradas”, apunta la autora de *Una verdad desagradable, cómo las empresas alimentarias distorsionan la ciencia de lo que comemos*.

Y la transparencia también tiene consecuencias, agregó, pues al menos en Estados Unidos, “en una semana, Coca-Cola había terminado sus embarazosas asociaciones con estas academias” y mes y medio después la Universidad de Colorado devolvió a Coca-Cola la subvención de un millón de dólares.

También el *New York Times* documentó que otros grupos y profesionales pintaron su raya respecto a Coca-Cola, como la Academia de Pediatría de Estados Unidos, desde finales de 2015 porque “ya no compartimos los mismos valores”, según la directora ejecutiva de la academia.

La refresquera también marcó distancia y decidió no renovar su apoyo financiero a la Academia de Nutrición y Dietética estadounidense, tras de que ésta cuestionara a la empresa por intentar minimizar el papel de las bebidas azucaradas en la obesidad.

Pese a todo, quedó flotando en el ambiente la sensación de que ésa era apenas la punta del iceberg, más que por lo que no dio a conocer la refresquera, porque en general tanto la industria de alimentos y bebidas como las sociedades profesionales se hicieron las desentendidas. En efecto, por lo pronto las otras empresas no han revelado a los grupos y asociaciones que apoyan, prestando

oídos sordos a las organizaciones de consumidores que les han pedido transparentar sus actividades.

Mientras tanto, en México no pasó prácticamente nada derivado del escándalo de Coca-Cola en el vecino país del norte, ni en términos de análisis y menos aún de consecuencias. Poco o nada se dijo acerca de los apoyos de la refresquera a la Fundación Mexicana para la Salud, a la Fundación UNAM, al Conacyt, al Instituto Mexicano del Seguro Social y al Hospital Infantil de México Federico Gómez. Muy pocas voces reclamaron a Coca-Cola México que su lista abarcara únicamente de 2010 a 2015, incumpliendo su promesa de actualizarse periódicamente, como hicimos notar mientras tecleábamos el capítulo 2 de este libro, en febrero de 2020.

Cuál no sería nuestra sorpresa cuando, al empezar a trabajar en los capítulos sobre sociedades profesionales y fundaciones empresariales, nos encontramos con que Coca-Cola México acababa de publicar una lista de proyectos apoyados entre 2017 y 2019. Nos vino como anillo al dedo porque además de universidades como la UNAM, la UANL y otros organismos, así como algunos grupos fachada, aparecieron una serie de agrupaciones profesionales.

Ninguna de ellas había figurado en la lista de 2010-2015: la Sociedad Mexicana de Nutrición y Endocrinología, la Sociedad Mexicana de Pediatría, el Instituto Mexicano de Investigaciones Nefrológicas, la Sociedad Mexicana de Cardiología, la Federación Mexicana de Diabetes, la Academia Mexicana de Neurología, la Asociación Mexicana de Gastroenterología, el Colegio de Medicina Interna de México, la Asociación Mexicana de Geriatria y Gerontología, el Colegio Mexicano de Nutriólogos, la Sociedad de Médicos Residentes del Instituto Nacional de Pediatría y la Asociación Mexicana de Ciencia de los Alimentos. (Véase Tabla 4.)

Todas ellas, volvería a decir Marion Nestle, teóricamente “recomendarían evitar las bebidas azucaradas”.

No puede ser que, de nuevo, aquí no pase nada, que nos quieran engañar una vez más. Estamos convencidos de que además de los analistas, los estudiosos y los comunicadores, todos los ciudadanos debemos aprovechar esta nueva oportunidad para reflexionar sobre este tipo de jugadas del *playbook* de la industria, porque finalmente repercuten en la orientación que recibimos to-

dos por parte de los profesionales de la salud acerca de la alimentación que nos conviene tener.

Convendría explorar otros territorios aparte de lo que nos ha revelado Coca-Cola, porque hay más corporaciones de un historial igualmente negro. Tratemos de ir más allá y asomémonos a lo que dejan ver estas y otras agrupaciones de profesionales de la salud. Concedamos, como decía el músico-filósofo Álvaro Carrillo, que “como se lleva un lunar, todos podemos una mancha llevar en este mundo tan profano”. Veamos otros jugadores. Tratemos de trazar un mapa, procurando contextualizar.

Entendamos que la mayoría de los profesionales de la salud en nuestro país se han formado en un mundo materialista, aspiracional, con profundas desigualdades de oportunidades y valores éticos flexibles, donde lo normal –por no decir la norma– era aceptar la ayuda interesada de empresas de alimentos, bebidas y suplementos. Donde lo raro era rechazar este intercambio de favores, si interpretamos correctamente a Marion Nestle:

Las compañías de alimentos apoyan a las sociedades de nutrición ayudando a pagar las actividades de conferencias, publicaciones, premios y becas. A cambio, ganan buena voluntad y lo que el Centro para la Ciencia en el Interés Público llama “inocencia por asociación”. En su captura de organizaciones de nutrición, las compañías de alimentos, bebidas y suplementos participan en la creciente influencia de las corporaciones sobre la sociedad estadounidense.

Quienes crean o pretendan hacernos creer que tales ayudas son desinteresadas, que debemos evitar pasárnosla sospechando de todo este tipo de cosas, es como querer convencerse o convencernos de la existencia de los Santos Reyes o de la fortaleza del peso mexicano. Concienzuda estudiosa del tema, Marion Nestle trae a colación dos estudios publicados en 2016 que desnudan las verdaderas intenciones de la industria de alimentos y bebidas, su doble moralidad.

Puede afirmarse, aunque no es el caso, que el primero de ellos lo vivimos aquí en carne propia porque demuestra que mientras con una mano “las empresas de refrescos patrocinaban

las actividades de promoción de la salud de noventa y cinco organizaciones de salud” –sin mencionar su altruismo en tantísimas actividades de responsabilidad social–, con la otra “estaban cabildeando contra medidas de salud pública como los impuestos a los refrescos”, revela la doctora Nestle.

El segundo estudio realizado en Brasil demostró lo que era de suponerse: la influencia que los patrocinadores de un evento sobre nutrición ejercieron en el programa científico, haciendo que al abordar el tema de la promoción de dietas saludables los ponentes animaran “a las personas a tomar mejores decisiones sobre los alimentos”, en vez de recomendar claramente que evitaran consumir productos alimenticios poco saludables.

En realidad, esto no es un descubrimiento para gente como Simón Barquera, sino algo que constata con demasiada frecuencia en los congresos: los programas suelen ser un fiel reflejo de los intereses de los patrocinadores. Ejemplifica: “Danone puede decir: ‘Yo quiero una sesión sobre la importancia de la microbiota en la obesidad y cómo los productos lácteos ayudan a que la microbiota...’. Por su parte, Coca-Cola diría: ‘Queremos una sesión acerca de la seguridad de los edulcorantes artificiales, para mostrar que no hay ninguna evidencia de...’. Y luego es posible que Lala sugiera una sobre cómo el consumo de lácteos ayuda a prevenir la osteoporosis”.

Por ello, con demasiada frecuencia en el programa de los congresos se ven “muchas cosas irrelevantes y que nada más responden a las demandas de la industria. No puede decirse que los organizadores tengan malas intenciones. De repente meten otros temas y *me dan el avión*: ‘El doctor Barquera va hablar de la comida chatarra’; pero el siguiente ponente abordará la microbiota, y el que viene, la seguridad de los edulcorantes. Ahí cabe de todo”. Aun conferencias que pueden parecer educativas, a veces esconden fines comerciales.

A pesar de que, según los directivos de las sociedades profesionales, los lazos financieros con las compañías de alimentos son “irrelevantes” o “necesarios y deseables”, lo cierto es que en las sesiones patrocinadas de los eventos académicos mínimamente se “excluyen a los oradores que puedan tener opiniones contrarias a los intereses del donante”, afirma Marion Nestle.

O como se decía en México cuando el gobierno compraba reporteros o espacios publicitarios en los medios informativos: “No pago para que me peguen”.

Antes comentamos que los conflictos de intereses se han estudiado y solventado mejor desde hace décadas en el ámbito de la industria farmacéutica. Desde los años noventa, según esta estudiosa del tema, la Asociación Médica Americana “observó que los regalos de la industria farmacéutica estaban creando tres peligros: influir en los médicos, dar la apariencia de impropiedad y aumentar los costos de los medicamentos para los pacientes”. Riesgos muy similares percibe respecto a los apoyos que brinda la industria de alimentos y bebidas a los profesionales de la salud y sus organizaciones. Y concluye:

Por tales razones, algunos expertos consideran que el patrocinio de las sociedades de nutrición en la industria alimentaria es “absurdo” y crea riesgos “insondables”. Insisten en que las sociedades de nutrición deben ser transparentes y responsables de cómo obtienen y usan los fondos de las industrias de alimentos, bebidas y otras, y de cómo esas industrias pueden afectar su trabajo.

Ya instalados en ese teatro del absurdo, Ericka Escalante Ize-ta, profesora investigadora del Departamento de Ciencias de la Salud de la Universidad Iberoamericana, campus Puebla, nos narró la historia del 20 Congreso Mundial de Nutrición, de la International Union of Nutritional Sciences, cuyo lema fue “La unión de culturas a través de la nutrición”, celebrado en septiembre de 2016 en Granada, España.

La escena que nos cuenta raya en la incoherencia: “Querías tomar un taxi al congreso o preguntabas dónde se llevaba a cabo, y la gente te decía: ‘Ah, el congreso de la Coca-Cola’, porque en toda la ciudad había pequeños kioscos donde regalaban *souvenirs* y muchas cosas de Coca-Cola, el gran patrocinador del Congreso Mundial de Nutrición, que para la gente de Granada era el congreso de la Coca-Cola. Era increíble”, refiere la psicóloga de formación, maestra en ciencias de la salud y doctora en pedagogía social.

A Juan Rivera Dommarco le ocurrió lo mismo con otro taxista en ese encuentro internacional de nutriólogos en Granada: “Cuando llegué en todos lados decía ‘Coca-Cola’, al grado de que un periodista español me quiso entrevistar sobre el impuesto a los refrescos, pero el camarógrafo no encontraba un ángulo donde no estuviera la imagen de Coca-Cola. Tuvimos que salir a una terraza para grabar la entrevista”.

El resultado final, lamenta Simón Barquera, es que por desgracia muchos de los congresos de nutrición en México y otros países son “como kermeses, con puros stands donde regalan palomitas, algodones de azúcar...”. Incluso para organizar un congreso ya no hace falta buscar patrocinadores: ellos solitos aparecen.

Entre los casos que ha analizado, Marion Nestle señala que la Sociedad Americana de Nutrición (ASN) –siempre a la caza de donaciones de la industria alimentaria para financiar sus conferencias, premios y revistas– ejemplifica bien “los efectos perturbadores a los que da lugar el patrocinio de la industria alimentaria”. A semejanza de los argumentos de las organizaciones mexicanas que convocan a reunir en un mismo foro a los profesionales de la salud con los sectores público, privado y social, el director ejecutivo de la ASN, John Courtney, explicó que esta agrupación:

es una “gran carpa” acogedora donde todos los interesados en la empresa de investigación nutricional pueden participar, compartir información de investigación de prueba, dialogar y debatir, y desarrollar relaciones para avanzar en el campo y las carreras de los miembros... Muchos de nuestros miembros académicos valoran la oportunidad de reunirse con representantes de la industria, ya que un número creciente de graduados están empleados en el sector privado y una parte cada vez mayor del financiamiento total de la investigación en nutrición proviene de este sector.

Es lamentable, pero con frecuencia esta metáfora de paraguas o “gran carpa” bajo la cual caben todos da pie, como en este caso, a que una universidad o una organización científica o académica luzca como “un brazo de la industria alimentaria, en lugar de una voz independiente en los debates sobre temas de nutrición”.

Y de acuerdo con Marion Nestle, no sólo se queda en la metáfora, sino que en realidad la “ASN tiene una larga historia de permitir que las compañías de alimentos patrocinen sus conferencias y simposios, y parece que promueven los intereses de la industria alimentaria sobre los de la salud pública”.

INOCENCIA, ESCÁNDALO Y COMPOSTURA: SLAN

Asomarnos primero al interesante proceso que se ha vivido dentro de la Sociedad Latinoamericana de Nutrición (SLAN), fundada en 1965, el cual ha reflejado los cambios experimentados en cómo ha abordado el tema del financiamiento de sus congresos, nos permitirá ofrecer parámetros para luego ver lo que ha sucedido en otras organizaciones de profesionales de la salud.

El doctor Héctor Bourges se precia de haber organizado el quinto congreso de esta sociedad en 1980 en Cholula, Puebla, tiempos en que le tocó dirigirla, y “sin financiamiento de la industria”. Nos cuenta que en esa época sumaban a lo sumo 300 nutriólogos en esta agrupación y “estábamos acostumbrados a otra cosa, no se vendía Coca-Cola ni había exposición de alimentos. Lo organizamos con un donativo del Conacyt que pedimos como apoyo”. Para asistir al congreso cada persona tuvo que pagarse su viaje, y lo programamos de modo que todos “pudieran venir aquí y luego seguir a un congreso gringo que atraía a mucha gente”.

No siempre ha sido así. Para el congreso de 2003, en Acapulco, al que fueron unas 2 mil personas, ya intervino la industria. “A mí me daba pena ver a los nutriólogos haciendo cola para que les dieran un helado”, rememora Bourges.

Con honestidad, congruente con sus convicciones, el doctor Abelardo Ávila también lo recuerda porque “fue un escándalo” y porque “yo fui responsable de eso, de cómo la industria estaba en todo y cooptaba todo”. Los nutriólogos de México y América Latina aún estaban en “la fase cándida, en la que decíamos ‘podemos ir juntos’, ‘es posible sumar’”. Ávila lo reconoce y eso es admirable.

Incluso nos refiere que Jeffrey Cannon ironizó en el *British Journal of Nutrition* que “no sabía si era una exposición dentro

de un congreso o un congreso dentro de una exposición”. Aún sin esa conciencia que hoy lo caracteriza, Abelardo Ávila andaba “feliz porque habíamos traído a la crema de la crema de la nutriología, a todos los grandes nutriólogos del planeta”, además de repartir “becas a los chavos para que estuvieran en contacto con los expertos”.

Realmente, lo admite, fue excesiva la participación de la industria, con patrocinios platino y oro. De entrada les dijeron: “Nosotros compramos el congreso y se los organizamos, despreocúpense de eso”. Pecando de ingenuos, pero creyéndose entonces que “éramos críticos, no permitimos que Coca-Cola metiera sus bebidas azucaradas, pero sí que diera agua Ciel”. Recibió señalamientos de sólo unos cuantos, pero “así se hacían los congresos en esa fase cándida”.

De fondo, lo que sucedía en aquel entonces es que la industria estaba curándose en salud, pues acababa de salir el estudio de *Globesity*, de Merrill Lynch y el Bank of America, que advertía que ante la evidencia del daño a la salud se avecinaban medidas de regulación. Necesitaban buscar nichos económicos “porque todo este paraíso de rentabilidad que es la industria de alimentos chatarra tiene sus días contados”, parafraseó Ávila. Por ello las corporaciones empezaron a decirse “preocupadas por la buena nutrición”.

Esa tendencia en la SLAN se prolongó hasta su congreso de noviembre de 2015 en Punta Cana, República Dominicana, donde ese modelo se desmoronó y llegó a su fin.

Antes de que se iniciara ese congreso un grupo de reconocidos especialistas, junto con profesionales y estudiantes del campo de la nutrición, le enviaron una carta a quien era presidente de la SLAN, Juan Rivera Dommarco, solicitando no volver a aceptar la presencia de “multinacionales de comida chatarra en las conferencias de la sociedad”. El sentido de la misiva era contundente:

Muchas regiones del mundo atraviesan una epidemia de obesidad, diabetes y otras enfermedades crónicas no transmisibles relacionadas a dietas poco saludables. Es por lo tanto problemático que muchas de las corporaciones de la industria de alimentos y bebidas que con-

tribuyen a tal problema sean a su vez patrocinadoras de conferencias sobre alimentación y nutrición, incluyendo la reunión de la SLAN en Punta Cana, 2015. Estas mismas corporaciones contribuyen a destruir sistemas alimentarios y prácticas culinarias tradicionales, socavando la soberanía alimentaria y creando problemas ambientales. La decisión de patrocinio por parte de estas corporaciones está motivada por la necesidad de proteger sus intereses y de vincular su imagen de marca, cada vez más amenazada, con un mensaje de salud y bienestar. Existe una creciente sensación de indignación, y la demanda de muchos estudiantes, profesionales y científicos es proponer y promover un cambio. Es posible llevar a cabo reuniones científicas con la financiación de gobiernos y de fuentes independientes.

La carta terminaba exhortando al presidente de la SLAN a:

1. No permitir más que sus congresos sean patrocinados por corporaciones de alimentos y bebidas que fabrican productos que ponen en riesgo la salud de la población y el planeta;
2. Adoptar un código de conflicto de intereses y lineamientos en relación con la organización de eventos científicos y otras actividades, y
3. Promover la adopción de este código por entidades afiliadas en la región.

Salvador Villalpando no parece muy convencido porque, “a final de cuentas en el último congreso recibieron financiamiento de la industria. Vean el programa. No pueden vivir las sociedades internacionales ni sus congresos sin el patrocinio de la industria”.

–¿Y los nacionales? –inquirimos.

–Menos –respondió.

Simón Barquera, firmante de dicha misiva y presidente del Comité de Conflicto de Interés de la SLAN que desarrolló la postura sobre cómo deben manejarse estas situaciones en la sociedad, concuerda en que la austeridad y los recortes plantean dilemas complicados no sólo en México, sino a escala mundial, “y entonces hay que aprender cómo hacerle”.

Es decir, ¿cómo organizar un congreso sin patrocinio en una sociedad que no tiene dinero, pero está acostumbrada a eventos

financiados por la industria y en donde hay camarones, cocteles, shows...? En consecuencia, Barquera y esa comisión se propusieron elaborar unos criterios que cristalizaron en la “Postura sobre el manejo de conflicto de intereses” de la SLAN, que se fijó dos objetivos: “establecer las normas y principios que regirán las relaciones internas y externas entre la SLAN y la industria alimentaria, farmacéutica, del tabaco y del alcohol, así como su participación en eventos académicos y patrocinio para la realización de simposios, congresos y otras actividades científicas” y “transparentar la relación de los miembros de la SLAN y sus instituciones con la industria y su participación en trabajos y posturas académicas”.

Luego de haber revisado las páginas de una gran variedad de organizaciones de profesionales de la salud y sus estatutos, sin ser unos especialistas en este tema, nos atrevemos a decir que a nuestro juicio tal postura representa un referente básico para las que quieran identificar, gestionar y prevenir los conflictos de interés. En principio, conforme a Simón Barquera, “el criterio número uno es: si no necesitas el patrocinio, no lo pidas”.

Explica que esa postura marca un punto medio entre los opositores más radicales a la industria y sus más fervorosos defensores. De estos últimos “hay muchos en la SLAN, y además creen que los científicos son como dioses: ‘Yo soy un científico y tengo toda la capacidad para saber en qué momento o no mi investigación es válida, y como soy objetivo a mí no me influencia quien me financia’”.

Como expone el doctor Rivera Dommarco, no resulta sencillo establecer una posición uniforme ni en el Instituto Nacional de Salud Pública y mucho menos en un organismo latinoamericano, “pero creo que debe haber un mínimo de criterios aplicables para que no se reciba ni un solo recurso cuando se trate de temas y empresas con los que pueda haber conflicto de interés”.

Así las cosas, según Simón Barquera, el director general del Instituto Nacional de Salud Pública tenía sus dudas de que lográramos organizar el Congreso de 2018 en Guadalajara. Recuerda que a quienes le mandaron la carta al doctor Rivera Dommarco, él les dijo: “Estoy de acuerdo con ustedes, recortemos gastos, paguen sus cuotas todos y hacemos un congreso muy sencillito”. La respuesta

de muchos no fue la mejor, pues varios desaparecieron ante la petición de cubrir sus cuotas y, aun así, esperaban que en el congreso todo luciera “muy bonito: la mochilita, el *show*, el vino de honor... Y cuando se les dice que no hay *coffee-break*, pero que se pueden comprar su cafecito, como que a varios ya no les gustó tanto”.

Nos lo dijo muy claro Rivera Dommarco al entrevistarlo: “En ese congreso tratamos de crear conciencia en todos los miembros de la SLAN de que existe el conflicto de interés, pues mucha gente no se daba cuenta de eso porque nació y creció en ese sistema, y a donde fuera siempre estaba Coca-Cola, PepsiCo...” Si somos congruentes, quien desee organizar un evento sin conflictos de interés, debe tratar de conseguir recursos no de las empresas sino de instituciones y organizaciones, pero además “todos tenemos que poner nuestro granito de arena, que cada quien pague lo que le corresponde, no de que le pague la industria”.

Como la intención era bajar costos, los empleados del centro de convenciones de Guadalajara deben de haber pensado que “éramos unos tipos raros porque nada nos parecía, y hasta queríamos que taparan los refrigeradores con el logo de Coca-Cola”. Cuando les ofrecieron sus contactos con Kellogg’s, Nestlé y demás, les explicaron que sería un congreso sin apoyo de la industria, por lo que querían algo menos costoso, empezando por reducir el espacio. En vez del servicio de café, carísimo, se invitó a productores de café. También ahorraron bastante al suprimir el *box-lunch* y darles a los asistentes al congreso las direcciones de lugares de comida cercanos.

Escuchamos a Juan Rivera Dommarco satisfecho de los resultados porque “lo logramos bastante bien. Recibimos apoyo del UNICEF, la FAO, El Poder del Consumidor, la Alianza para la Salud Alimentaria y las propias sociedades de nutrición. No hubo ninguna de las grandes compañías en el evento”. Únicamente aceptaron que Bonafont donara el agua, pero no en botellitas sino en garrafrones y servida en vasos biodegradables. “Lo que más orgullo me causó fue que al terminar el congreso nos dieron nuestro diploma la Alianza para la Salud Alimentaria, El Poder del Consumidor, Contrapeso y las ONG’s latinoamericanas”, comentó el entonces presidente de la SLAN y hoy de su Consejo Consultivo.

Aun cuando “Juan Rivera intentó hacerlo y aunque fue mucho mejor”, opina Héctor Bourges, “de todas maneras había industria, no la más conflictiva, pero había industria, no como en nuestra época”.

Rivera Dommarco considera que no puede compararse el congreso de la época del doctor Bourges, con 200 o 300 personas, en el que “no se necesitaba apoyo de la industria, con el de Guadalupe, al que asistieron 3 mil personas, donde el reto era lograrlo sin apoyo de las empresas”.

Simón Barquera no sabe si el nuevo presidente de la SLAN, doctor Rafael Figueredo, o Paraguay, sede del siguiente congreso, podrán o querrán organizar éste sin patrocinadores, “y tampoco queremos ser la Santa Inquisición. Yo ya lo viví y es fácil desde afuera decir ‘haz un congreso latinoamericano’”.

Cuando le preguntamos si los nutriólogos y sus sociedades profesionales deben aceptar el apoyo de la industria, reflexiona que, al menos para él, este asunto tiene tanta complejidad que no puede ser negro o blanco: “Cuando yo le hice una pregunta similar a un experto que vino de San Francisco a un curso, su actitud fue más de respeto y de cautela que de Santa Inquisición. Casi estoy seguro de que nadie estaría dispuesto a aceptar dinero de la industria si no lo necesitara. Si pensamos en investigadores, sobre todo los que van empezando, en general quienes consienten en el financiamiento es porque lo necesitan”. En esas circunstancias, no le parece correcto criticarlos.

En lugar de eso, sugiere que la sociedad organizada o el sector académico busquen opciones para ellos o traten de regular ese ecosistema de opciones. Por ejemplo, las empresas que deseen poner dinero pueden entregarlo sin condiciones a la academia, que les dará las gracias, pero no estará obligada a ponerle el nombre de la empresa al premio de investigación ni el logotipo, de modo que “el investigador no va a saber de dónde vino su premio”.

ASOCIACIÓN CON SABOR A INDUSTRIA: AMENAC

La Asociación Mexicana de Nutriología (AMENAC) es una asociación civil que se plantea como misión, entre otras cuestiones, “reu-

nir a los nutriólogos para contribuir a su desarrollo profesional [...] e implementar iniciativas que incidan en la salud de la población mexicana, [...] además de realizar diferentes eventos académicos”.

Entre sus objetivos, se propone “promover la interacción de la asociación y de sus asociados con las instituciones públicas y privadas de las áreas de salud, nutrición y alimentación”, así como “servir de organismo consultor en los campos relacionados con la nutriología, salud pública y tecnología de los alimentos para el sector público y privado”, aparte de “emitir posturas en materia de nutrición, salud pública y ciencia de los alimentos con base al dictamen o consenso de un comité de socios expertos”.

Por lo que vemos en su página de internet, esta asociación se ha esmerado sobre todo en la interacción con el sector privado, al invitar abiertamente a formar parte de sus patrocinadores: “La colaboración y patrocinio con AMENAC es un canal de conexión directo entre los profesionales de la nutriología, así como los usuarios de servicios en esta área y las empresas de reconocido prestigio en los rubros de la salud, nutrición, alimentos y educación de la nutriología”.

En su página y en la guía Sistema Mexicano de Alimentos Equivalentes aparecen como patrocinadores y aliados varias empresas como Danone, Nutrición Grupo Bimbo, Nestlé, Instituto de Nutrición y Salud Kellogg’s, Splenda, Yakult, la Asociación Mexicana de Alimentos de Soya –varias de las cuales han colaborado para su congreso anual–, aparte de organizaciones vinculadas estrechamente a la industria: Hablemos Claro, la Federación Mexicana de Diabetes, Fomento de Nutrición y Salud.

Nos platica la nutricionista Julieta Ponce, del Centro de Orientación Alimentaria, que al menos hasta hace algunos años la AMENAC participaba calificando a los productos más saludables “en algo que se llamaba *El Sabor del Año*, que premiaba cada año al producto industrializado más nutritivo. En una ocasión le dieron el premio a Pancho Pantera porque tenía ‘hartas’ vitaminas”. Hoy este premio tiene muchas categorías, dice que es probado por consumidores y aprobado por profesionales, y premió recientemente a Splenda, los burritos de Lonchibón y la margarina Primavera, aunque en la página del premio ya no figura la AMENAC.

Los miembros de esta organización, nos explica la maestra Ponce, fueron cambiando para hacerse más “científicos” porque ahora en lugar de regalar llaveritos como promocionales, dan estudios hechos por la industria a quienes visitan sus stands en congresos como el que hizo el ILSI con Ripi.

En su 7° Congreso Mexicano de Nutriología, en septiembre de 2019, la AMENAC realizó un homenaje a Héctor Bourges. Como él mismo nos comentó, les dijo que “no hay que asociarse con la industria porque no tenemos el mismo propósito y no debemos depender de ellos”. Para él, los profesionales deben de disfrutar de sus eventos por “lo que una reunión da, no para tener un portafolio o unas plumas, que se pueden obtener de la industria pero como donativo”.

El doctor Bourges está consciente de “que existen las malas mañas y corrupción y hay que luchar contra ellas en serio”. Lo que no le parece correcto es “creer que todas las asociaciones civiles sean corruptas, porque no todas ellas lo son”.

En el programa del congreso de 2019 estuvieron lo mismo Abelardo Ávila, Teresa Shamah y Monserrat Salas, que Ruth Pedroza. De pílón, la AMENAC ofreció una Master Class a cargo del Instituto Danone.

NUTRIR CON PATROCINIOS: AMMFEN

En 1992 se constituyó formalmente la Asociación Mexicana de Miembros de Facultades y Escuelas de Nutrición (AMMFEN), si bien desde 1981 se reunieron por primera vez los representantes de las seis instituciones pioneras que en ese entonces ya ofrecían la licenciatura en Nutrición en México con objeto de intercambiar puntos de vista sobre los planes y programas de estudio.

Ya desde 1986, año tras año, se celebra una reunión de estudiantes y profesionales de todas las escuelas y facultades de nutrición que existen en el país, a las que se han ido agregando varias más a lo largo del tiempo, hasta sumar actualmente 39 instituciones afiliadas. Tales encuentros empezaron a llamarse en 1996 “Congreso Nacional de AMMFEN”. La asociación se precia de haber llevado a cabo hasta hoy en día

34 congresos en diferentes puntos de la república, más tres a escala internacional.

Navegando por su sitio, llegamos a lo que publicó sobre el XXXIII Congreso Nacional AMMFEN, realizado en abril de 2018 en la Universidad Anáhuac Mayab, en Mérida, Yucatán. Con el tema “¿Somos lo que comemos?” y una participación de más de 3 mil nutricionistas de más de 40 instituciones educativas de todo el país, se planteaba como objetivo “proporcionar al nutriólogo los elementos que permitan contribuir a mejorar la calidad de vida de la sociedad [...], desde un enfoque alimentario-nutricional que impacte en su modificación de conducta y estilo de vida saludable”.

Ese estilo de vida saludable incluye, si nos atenemos a quiénes son los patrocinadores, a fabricantes de comestibles ultraprocesados como Nestlé, Kellogg’s, Splenda, Yakult, Danone, INSA (uniformes empresariales), Aviva (compañía de seguros) y Silanes (farmacéutica).

Sin embargo, al parecer la AMMFEN no discrimina prácticamente a nadie, a juzgar por lo que establece el persuasivo *brochure* “¿Quieres ser patrocinador?”, el cual nos recordó al congreso de 2003 de la SLAN en Acapulco, del que ya nos habló Abelardo Ávila.

Según lo abultado de la cartera de los interesados, se podía ser patrocinador diamante, oro o plata, a un costo que variaba de 115 mil a 40 mil pesos. Pero los beneficios, prometían, serían el “posicionamiento de su firma en el evento anual más importante del sector”: *banners* en la escenografía del salón de la plenaria, logotipos en la publicidad electrónica, presencia de marca en el coctel inaugural, con imagen y producto, presencia de marca con edecanes, banderines en la rueda de prensa, entrega de material promocional en el asiento de los participantes en la plenaria... Y muchas otras posibilidades adicionales, comenzando por stands de diferentes dimensiones, a la medida de los deseos de cada empresa.

Resulta abrumador todo ese esfuerzo por allegarse patrocinios, trabajo ante el cual parece palidecer la labor por alcanzar el objetivo de “proporcionar al nutriólogo los elementos que permitan contribuir a mejorar la calidad de vida de la sociedad”. Al respecto, el XXIX Congreso de la AMMFEN celebrado en 2014 en Boca del Río, Veracruz, titulado “Del hambre a la

obesidad: magnitud, trascendencia y vulnerabilidad”, fue patrocinado ni más ni menos que por la industria azucarera. Es como si las asociaciones de neumólogos fuesen financiadas por la industria tabacalera.

Para el congreso de 2020 lucían como patrocinadores, por lo pronto, Splenda, Nutrifoods, Alimentos Colpac, Nutrimind, Vitamex Nutrición, entre otros. Y ofrecían, claro está, su plan de patrocinios.

Sus estatutos establecen como actividades, más allá de las relacionadas con el objeto que motivó su creación, las campañas de recaudación de fondos para las actividades educativas, la celebración de contratos, aclarando que no persigue fines de lucro ni mercantiles. Define como patrocinadores a quienes tengan interés en apoyar formalmente los fines de la asociación. ¿Y los conflictos de interés que pudieran derivarse de la participación de estos patrocinadores? Bien, gracias, ni una palabra, como si no existiera esa posibilidad, aunque entre sus comisiones está la de honor y justicia.

¿APOYO NO CONDICIONADO A NUTRIÓLOGOS?: CMN

A Julieta Ponce, Pilar Torre y Monserrat Salas les llama la atención el asunto de la certificación, una de las funciones principales que cumple esta asociación, integrada en 1992 a iniciativa lanzada un par de años antes desde la AMMFEN. Con un primer Consejo Directivo compuesto por Esther Casanueva y Martha Kaufer, como presidente y vicepresidente, respectivamente, el Colegio Mexicano de Nutriólogos quedó constituido formalmente como asociación civil en 1995.

La maestra Torre se pregunta: “¿Por qué si una universidad te otorga el título académico de licenciado en Nutrición, luego te debe certificar un colegio profesional como nutrióloga?”

“Te hacen un examen de todo y tú pagas. Y entonces ellos te certifican, y ya puedes poner en tu tarjeta ‘Julieta Ponce, nutrióloga certificada’”, ironiza la directora del COA. “¿Y para qué sirve eso? Pues para estar certificada, ¿no?”

De acuerdo con Monserrat Salas, debe tomarse en cuenta que el “gran crecimiento de la carrera de nutrición en universidades *pa-tito*, de graduación rápida y a nivel técnico”, con frecuencia provoca que esa profesión la ejerzan no sólo egresados de una licenciatura en Nutrición. De ahí que “sí da prestigio y es muy importante a nivel curricular, pues una nutrióloga que no esté certificada no puede ostentar ese título para dar consulta o para ser docente. No basta con estar titulada; el título profesional es nutrióloga certificada”.

En lo que definitivamente no está de acuerdo es en que haya “dos o tres instituciones que te pueden certificar, por lo que la gente busca cuál cobra menos. Eso no es formativo ni profesionalizante”.

Más allá de tener entre sus principales funciones promover el desarrollo de la nutriología con base en la investigación científica, difundir sus avances entre los profesionistas y la sociedad, generar posiciones sobre estos temas de forma colegiada y otorgar el aval para garantizar la calidad de la educación continua –aspecto en el que quizá cuenta con apoyo de la Funsalud y el Fondo Nestlé porque esta parte de la página de internet del colegio incluye los logotipos de estos organismos–, cabe destacar que también incluye la promoción del “desempeño de la profesión a la luz del código de ética profesional del nutriólogo”.

Es decir, para empezar, el Colegio Mexicano de Nutriólogos habla de ética, un concepto que brilla por su ausencia en lo que vimos de AMENAC y AMMFEN. Asimismo, el artículo 22 de ese código precisa: “El nutriólogo debe ser honesto, leal y conducirse con verdad ante su cliente en todo momento, salvaguardar los intereses del mismo, y deberá además comunicarle los riesgos cuando existan, en atención a su servicio”.

Y va más allá porque en el artículo 21 de sus estatutos, así sea someramente, admite la posibilidad de que se presenten conflictos de intereses, al estipular que “la calidad de nutriólogo certificado se pierde cuando el profesional esté sujeto a procesos de falta de ética, procesos penales o judiciales que comprometan su desempeño profesional, o existan conflictos de interés dictaminados por el Colegio a través de la Junta de Honor”.

Por lo mismo, aun sin saber cómo ha financiado los tres congresos nacionales que había celebrado hasta 2019, nos pre-

guntamos de qué forma ha gestionado el Colegio los apoyos que le otorgó Coca-Cola en 2017 y 2019 por 110 mil y 58 mil pesos, respectivamente. Más que en el segundo caso –en el que se trataba de un “apoyo para el plan anual de trabajo”–, centramonos en el primero, que fue un “apoyo no condicionado para educación continua”.

Y eso nos recordó lo que nos dijo Martha Kaufer respecto a lo que es aceptable o no en el financiamiento de una investigación o de un congreso por parte de la industria; porque aunque lo ideal es prescindir de cualquier apoyo, por insignificante que sea, en la realidad de la austeridad, los recortes, la pauperización del trabajo académico y la crisis interminable, el meollo de la cuestión radica en tratar de poner límites, de establecer a qué se está dispuesto y a qué no.

Si en este caso se habla de financiamiento no condicionado, aun considerando el “efecto financiamiento”, sería de valorarse, sobre todo porque es el único de este tipo que aparece en las listas de apoyos de Coca-Cola en México.

TOCARLE LA PUERTA AL DIABLO: SMNE

De acuerdo con lo que encontramos en su portal de internet, la Sociedad Mexicana de Nutrición y Endocrinología (SMNE) ha analizado bastante la cuestión del patrocinio de sus actividades, que son financiadas “con fondos de la SMNE y aquellos generados por publicidad de productos y servicios”. Conforme a su política de publicidad, acepta la que sea sobre “productos y servicios que nuestra sociedad considera de interés de nuestros lectores y que cumplen con estrictas políticas editoriales”. Y agrega que, en ese sentido, el objetivo publicitario consiste en “apoyar el interés del público en productos comercialmente disponibles y evitar anuncios que puedan confundir al lector”.

Esta asociación parece tener muy clara la sana distancia que debe haber respecto a los anunciantes, que “no podrán tener influencia alguna en el contenido editorial de este sitio portal”. Además se cura en salud al señalar que publicar un anuncio en su

página de internet “no implica que se haya realizado una investigación científica independiente para validar la seguridad y eficacia anunciada”, y se reserva “el derecho de rechazar cualquier tipo de publicidad que no considere acorde con los principios y la misión de nuestra sociedad”. Incluso se procura distinguir entre “publicidad” y “contenidos”.

Asimismo, posee una Comisión de Honor y Justicia, cuyo objetivo es “estudiar y dictaminar sobre aquellos casos relacionados con violación a los estatutos o bien con faltas graves a la ética profesional, delitos contra el patrimonio, la salud o la integridad corporal de las personas”, si bien no define qué es una “falta grave”.

A nuestro entender, es de destacar la claridad y minuciosidad de su “Reglamento de participación de la industria farmacéutica en las actividades de la Sociedad Mexicana de Nutrición y Endocrinología”, cuyo primer punto establece: “La relación de la Asociación con la industria farmacéutica debe regirse por principios éticos estrictos, con el objetivo primordial de lograr entre ambos el mayor beneficio para el médico, el paciente y la comunidad. Este reglamento tiene por objetivo establecer las normas que regulen la relación entre la industria farmacéutica y la SMNE”.

Abarca desde la regulación de dicha participación en simposios que formen parte del programa académico de reuniones de la asociación, en simposios “satélite” fuera de los horarios designados al programa académico oficial, en desayunos, comidas o cenas con el experto o exclusivamente sociales, en el coctel de bienvenida, en la cena de clausura de la reunión, en otros eventos durante la reunión anual, hasta los costos de esta participación en los stands y simposios y la relación de la industria farmacéutica con los ponentes y la Mesa Directiva.

Nos queremos detener en la “regulación de la participación de la industria farmacéutica en consensos, opiniones o tomas de posición avalados por la Asociación”.

Sin embargo, lo que no encaja es por qué esta pulcritud en sus relaciones con la industria farmacéutica no la llevó al terreno de sus vínculos financieros con la industria de alimentos y bebidas. Porque resulta que conforme a la lista de proyectos apoyados por Coca-Cola México, la SMNE es la sociedad profesional que en el

país recibió mayores recursos, por más de 12 millones 120 mil pesos, la mayor parte de ellos como “apoyo al plan anual de trabajo” de 2017, 2018 y 2019, aparte de lo aportado para un congreso médico. Un financiamiento a todas luces muy riesgoso, cuando menos.

Pero aún más resbaladizo nos parece lo que aparentemente es otro apoyo: el “financiamiento no condicionado del Instituto de Bebidas para la Salud y el Bienestar de The Coca-Cola Company, así como de Heartland Consumer Products México”, que la asociación solicitó y recibió “para fines estrictamente logísticos” relacionados con la elaboración de la *Posición de la Sociedad Mexicana de Endocrinología y Nutrición sobre edulcorantes no calóricos*.

Así lo consigna adecuadamente en su declaración de conflicto de intereses, publicada al final del artículo de revisión que apareció en 2017 en la *Revista Mexicana Endocrinología, Metabolismo y Nutrición*. Niega que tal financiamiento pudiera haber influido en el estudio realizado: “La agenda científica, la discusión y las conclusiones de este documento fueron determinados autónomamente y fueron redactados de manera independiente por los integrantes del grupo de trabajo de diabetes de la Sociedad Mexicana de Nutrición y Endocrinología”.

A través de este texto de postura, la asociación “pretende responder, por medio de una revisión amplia y sistematizada de la literatura”, preguntas frecuentes que se hacen los profesionales de la salud y el público sobre los edulcorantes no calóricos.

Las conclusiones, francamente favorables al uso de dichos edulcorantes, se presentan como evidencias en el caso de “intolerancia a la glucosa, diabetes y obesidad, así como su efecto en la microbiota intestinal, sobre el apetito y la saciedad, sobre el balance energético, durante el embarazo, la lactancia y en la infancia”. En síntesis, una posición que de seguro cuestionarán numerosos especialistas.

Lo que a nosotros nos corresponde es señalar que, siendo un tema tan controvertido y tratándose de un patrocinador como Coca-Cola, resulta difícil dar crédito a que fue una solicitud de apoyo no condicionado y sólo “para fines estrictamente logísticos”. Si a esta sociedad le interesaba investigar seriamente sobre este espinoso tema y presentar una postura que gozara de credibilidad

ante los profesionales de la salud y el público, el patrocinador menos indicado era precisamente esta corporación refresquera. Fue como tocarle la puerta al diablo, según la expresión que usa un amigo antropólogo.

AVALAR CHATARRA COMO HERRAMIENTA EDUCATIVA: FMD

Como se aprecia en su portal de internet, la Federación Mexicana de Diabetes (FMD) cubre una amplia gama de actividades a través de una serie de asociaciones ubicadas en varias partes del país en las que se “ofrece atención a pacientes, tanto en el ámbito de la salud como en el de apoyo” por medio de información sobre diabetes y alimentación, ejercicio y tratamientos médicos, incluyendo toda una sección dirigida a niños y jóvenes con diabetes, más campamentos de verano apoyados por compañías farmacéuticas y de golosinas, así como la revista *Diabetes Hoy*, en la que se ofrecen espacios publicitarios.

Por lo visto, todo cabe ahí, incluso una farmacia, tiendas con productos especializados, servicios funerarios y análisis clínicos. Además, la federación realiza congresos anuales, diplomados para educadores en diabetes y ofrece información médica especializada.

Asegura que su “misión, visión, valores y posicionamientos no son pronunciamientos a favor ni en contra (*¿sino todo lo contrario?*) de instituciones públicas y privadas sino se orientan exclusivamente hacia el beneficio de las personas que viven con diabetes”.

Todo en esta asociación, incluidas sus posiciones, afirma estar avalado “por profesionales de la salud expertos en la materia y no son sesgadas por la injerencia de ningún tercero”. En el caso de incidir en políticas públicas, sostiene que “jamás [será] inducida por un tercero, cuidando de esta manera la autonomía y objetividad de esta Federación”.

Lo anterior significa, entonces, que la sociedad puede estar tranquila porque fueron especialistas de la FMD quienes han avalado no sólo una serie de comestibles ultraprocesados, sino la oposición al establecimiento del impuesto a bebidas y otros productos

–como declaró en 2012 María Guadalupe Fabián San Miguel, quien llegó a ser presidenta de la federación. También respaldaron su participación en el Observatorio Mexicano de Enfermedades no Transmisibles, e igualmente el beneplácito al apoyo de cerca de 5 millones de pesos que le dio Coca-Cola para su plan anual de trabajo 2016-2017.

La postura de la Federación Mexicana de Diabetes contrasta con la de la Federación Internacional de Diabetes, que en 2015 recomendó a los líderes mundiales poner impuestos al azúcar para combatir la doble epidemia de obesidad y diabetes tipo 2, como lo habían hecho Chile, Francia y México. Para ese año nuestro país ya había gravado con 10% las bebidas azucaradas.

Tampoco debemos preocuparnos por posibles conflictos de intereses derivados de todo esto, porque pueden evitarse o resolverse dentro de su laxa concepción de la ética: todo cabe en este jarrito sabiéndolo acomodar “científicamente”. Es una federación con un largo historial.

Desde la narrativa de la Federación Mexicana de Diabetes, avalar comestibles chatarra es una herramienta que puede formar parte integral del proceso educativo para que las personas con diabetes sepan “cuáles son los productos más aptos para llevar una vida saludable”. Entre los ultraprocesados que ha avalado se encuentran Splenda, paletas Dulce Vida (Chompys), gelatinas D’Gari light, golosinas Las Sevillanas (endulzadas con el polialcohol isomalt), Svetia (edulcorante de stevia), mermeladas McCormick sin azúcar, helados Holanda Zero Azúcar, pan Bimbo Cero-Cero, chocolates Nestlé (Carlos V y Larín sin azúcar), yogur Danone sin azúcar, Salmas y Vitalínea.

~calcetines, jabones, cremas...”. De ahí que mucha gente apoye a la federación, donde se suman “no solamente las asociaciones académicas sino también grupos de pacientes”.

Narra que a su regreso a México, tras realizar su doctorado en la Escuela de Salud Pública de Harvard, no conocía a esta asociación: “Me invitaron a una sesión en Veracruz. Cuando llegué allí vi que había una gran cantidad de *marketing* para los pacientes, mientras que los académicos ocupábamos apenas un pequeño espacio. Les pregunté a éstos qué pasaba. Me explicaron que la fede-

ración había llevado a todos esos pacientes porque tiene intereses en el mercado de productos para ellos”.

Al paso del tiempo, López Ridaura observó que la FMD también es un grupo de presión para impedir iniciativas de salud pública, como ya comentamos. Por ello, desde hace mucho ya no acepta ninguna de sus invitaciones, y tampoco la convoca a las actividades del Centro de Programas Preventivos y Control de Enfermedades.

Al igual que para Marion Nestle, a Monserrat Salas le parece que ésta es una forma de establecer alianzas entre los médicos que avalan productos y posiciones pro industria y las empresas, como parte de un intercambio de favores que involucra la convocatoria a premios a los mejores trabajos académicos, la entrega de productos a pacientes, el financiamiento de eventos, la invitación a congresos, viajes o lo que sea.

Salas no duda en afirmar que, “desde mi punto de vista, es una alianza estratégica bastante inmoral, aunque desde otra perspectiva podrían decir: ‘¿Y entonces cómo investigo, cómo hago el congreso, cómo vendemos productos?’. Porque, además, la gente que necesita zapatos especiales y no tiene dinero, ¿de dónde los va a sacar?”.

De nuevo nos topamos con la complejidad de la problemática, donde es más sencillo cuestionar que encontrar voces que propongan soluciones.

JUNTOS DESDE EL CUNERO

Resulta muy sintomático el hecho de que Nestlé en México y la Sociedad Mexicana de Pediatría (SMP) –constituida formalmente en 1930 como Sociedad Mexicana de Puericultura– cumplan 90 años en 2020. Podría decirse que nacieron en la misma cuna y han crecido de la mano.

En un comunicado que la empresa envía a esta asociación con motivo de su aniversario, destaca: “Para Nestlé México es un honor ser parte de la historia de la SMP, ya que hemos coincidido en el propósito de mejorar la calidad de vida y crear futuras generaciones de niños mexicanos más saludables”. Si nos atenemos a

las crecientes tasas de sobrepeso, obesidad y diabetes que se han observado en la niñez, luego de casi un siglo de trabajo conjunto, es una misión en la que ambas arrastran una pesada deuda con nuestra sociedad.

Por lo visto, las relaciones de la SMP con la industria de comestibles ultraprocesados son excelentes, pues además de sus buenas relaciones con Nestlé, Coca-Cola México ha apoyado a esta asociación con casi 9 millones 700 mil pesos en total para sus planes de trabajo 2017, 2018 y 2019, según reportó esta empresa en la ya multicitada lista de proyectos apoyados.

Y si hablamos de otras organizaciones profesionales de pediatras, podríamos decir que de tal palo tal astilla, puesto que la Sociedad Mexicana de Pediatría primero dio origen en 1951 a la conformación de la Asociación Nacional de Pediatría, que se dividió en 1975 tras algunos conflictos internos, para dar paso en 1976 a la Asociación Mexicana de Pediatría, a la Academia Mexicana de Pediatría y luego a la Confederación Nacional de Pediatría de México.

Todas ellas, con sus matices, se han desarrollado bajo la influyente sombra de Nestlé. Siempre tan comprometida en la búsqueda de formar alianzas, de anudar vínculos para la “creación de valor compartido”, como lo señala la empresa en su reporte de resultados 2016-2018, luce su cara amable, altruista, al impulsar la lactancia materna dedicándole cada año una semana del mes de agosto, y ha impactado a más de 42 mil profesionales de la salud mediante su presencia “en el Congreso de la Asociación Mexicana de Pediatría, un manual de lactancia, material informativo impreso, salas de lactancia, entre otras actividades”.

En contraste, en su faceta auténtica, Nestlé invitó en 2016 al entonces presidente Peña Nieto a inaugurar en Jalisco una de las plantas de producción de fórmulas infantiles más grandes del planeta. “Es la inversión más importante de Nestlé en los últimos 10 años en el mundo y la más importante en México”, se ufanó ante la agencia EFE Laurent Freixe, vicepresidente ejecutivo y jefe de la zona Américas de la transnacional.

Cabe mencionar que Nestlé llegó en 1930 a México como importador de productos alimenticios, pero ya en 1935 estableció su primera planta precisamente en Ocotlán, misma localidad

de Jalisco donde se inauguró esta nueva planta, la número 17 en México, a 150 años de existencia de la corporación en el mundo.

No queda sino admirarse de la capacidad de esta poderosa corporación para desempeñar este doble juego y aplicar con maestría el libro de jugadas de la industria. De cómo ha sido capaz Nestlé México, por ejemplo, de aprovechar la Semana Mundial de la Lactancia Materna, a fin de fortalecer “su compromiso para promover hábitos alimenticios correctos durante los primeros 1,000 días de vida”, y en el camino subir a su barco a las principales agrupaciones pediátricas de México: la Asociación Mexicana de Pediatría, la Confederación Mexicana de Pediatría, la Academia Mexicana de Pediatría, el Hospital Infantil de México Federico Gómez, el Instituto Nacional de Pediatría, el Instituto Nacional de Perinatología Isidro Reyes de los Santos, la Asociación Pro Lactancia Materna y la Fundación Mexicana para la Salud.

Dicen que favor con favor se paga, y la colaboración no es gratuita. Desde hace años, se ha documentado el patrocinio a varias de estas agrupaciones de pediatras, como a la Academia Mexicana de Pediatría y la Asociación Mexicana de Pediatría, para llevar a cabo sus congresos anuales, por ejemplo.

No fue necesario acercarnos demasiado a la zona comercial del 37° Congreso Nacional de Pediatría, organizado por la Asociación Mexicana de Pediatría en julio de 2019 en el World Trade Center, para comprobar que este tipo de eventos se asemejan a una kermés de la industria, como nos comentaron algunos de nuestros entrevistados. Aparte de Nestlé, los organizadores agradecieron el apoyo de Danone y Mead Johnson, entre otras empresas de las industrias farmacéutica y de consumo. Esta agrupación además avala productos ultraprocesados, como Danonino y Splenda.

De nueva cuenta, el doctor Salvador Villalpando nos manifiesta que no es conveniente hablar de conflicto de interés con ligereza, en vista de que presenta diversas aristas y es esencial conocer el contexto para formarse una opinión. Nos dice con visible molestia: “A mí me abruma mucho cuando voy a la Secretaría de Salud [al grupo donde] estamos haciendo la Norma Oficial Mexicana y dicen: ‘Es que todos los médicos, todos los pediatras están coludidos y se van oliendo el dinero de Nestlé’. Mi gremio está muy

vilipendiado por eso, pero mi gremio saca la casta por la lactancia materna cuando nadie más lo está haciendo. Ésta no es la obligación del gremio pediátrico, es la obligación de todos”.

Para Villalpando, desde afuera resulta “muy fácil señalar a los pediatras y decir que Nestlé los tiene ‘aceitados’. Ojalá la empresa diera algo para el salario de mis colaboradores”, ironiza.

OTRAS DULCES SEDUCCIONES

Llegados a este punto, ya no estamos convencidos de haber mapeado ni siquiera la punta del iceberg del conjunto de sociedades profesionales de la salud y la nutrición que han incurrido en conflictos de intereses o se han visto en riesgo de tenerlos. Aquí y allá nos encontramos con ramificaciones una y otra vez, sea en el caso de la nutrición, de la pediatría o de otras especialidades. Además, no nos fue posible ahondar en este oscuro océano, entre otras cosas, porque de acuerdo con lo observado ninguna de ellas parece dispuesta a hablar franca y honestamente del tema, a transparentar los orígenes de su financiamiento.

Peor aún, el reporte publicado recientemente por Coca-Cola México sobre los proyectos y actividades que impulsa abrió el abanico a organizaciones de profesionales de la salud que no habíamos considerado inicialmente. Es decir, originalmente habíamos pensado que debíamos indagar en las actividades de agrupaciones como la Sociedad Mexicana de Obesidad, el Instituto Metabolia, el Colegio Mexicano de Obesidad y Nutrición, la Asociación Mexicana de Diabetes, la Academia Mexicana de Obesidad y Nutrición, el Colegio Mexicano de Cirugía para la Obesidad y Enfermedades Metabólicas, el Colegio Mexicano de Nutrición Clínica y Terapia Nutricional, el Instituto Mexicano de Nutriología Clínica, el Colegio Mexicano de Bariatría y otras más, por no hablar de asociaciones que han surgido en diferentes estados de la república.

Con lo que no habíamos contado es que en la lista de Coca-Cola aparecerían asociaciones civiles como el Instituto Mexicano de Investigaciones Nefrológicas, cuya misión –que entre otras cuestiones consiste en “contribuir a la mejor atención de pacientes

con enfermedades renales en México, a través de ofrecer programas de educación continua”- como que no coincide con el de la mayor corporación refresquera del mundo. Como que no checa el audio con el video, diría un realizador de televisión.

De seguro este instituto debe realizar malabares para mantener, como dice, “los valores de ética, humanismo y profesionalismo”, y al mismo tiempo justificar los más de 7 millones de pesos que recibió en total como apoyo a sus planes de trabajo de 2017 y 2018.

Y algo parecido podríamos decir de otras asociaciones de profesionales de la salud, aparte de las mencionadas antes en este capítulo, a las que Coca-Cola también apoyó para sus planes de trabajo, entre 2017 y 2019:

- Sociedad Mexicana de Cardiología: \$6,103,449
- Asociación Mexicana de Gastroenterología: \$3,750,000
- Academia Mexicana de Neurología: \$3,804,250
- Colegio de Medicina Interna de México: \$2,997,605
- Asociación Mexicana de Geriátría y Gerontología: \$744,392
- Sociedad de Médicos Residentes del Instituto Nacional de Pediatría: \$ 75,400

Los aprietos en que se verían para justificar el financiamiento que les otorga Coca-Cola se debe a que todas ellas, como insistiría Marion Nestle, teóricamente “recomendarían evitar las bebidas azucaradas”. ¿Realmente la sobrevivencia de estas organizaciones depende de esos dineros o se podrían ahorrar el riesgo que suponen para su credibilidad estas relaciones espinosas con la industria?

Como ha dicho esta especialista en políticas alimentarias, el diablo está en los detalles: “Mientras la Academia continúe aceptando fondos de los fabricantes de productos alimenticios altamente procesados, continuarán las preguntas sobre la integridad profesional de la Academia y sus miembros”.

Concediendo sin aceptar que no todas las asociaciones civiles son corruptas, sería prudente que emprendieran iniciativas para transparentar el financiamiento que reciben de la industria, como primera medida dirigida a evitar conflictos de intereses.

Aunque no sabe exactamente cómo lograrlo, el doctor Rivera Dommarco piensa que sería conveniente hacer algo así, porque la única manera de prevenir es “cuando se pone en evidencia a la propia compañía y a quienes reciben recursos, porque hay muchas sociedades médicas y de nutrición en México que siguen recibiendo fondos”. De igual modo, agregó, valdría mucho la pena “que las empresas transparenten los recursos que están dando”, como lo hizo Coca-Cola.

La entrevista con Salvador Villalpando tuvo momentos ríspidos, pero resultó sumamente esclarecedora. Al hablar de posibles patrocinadores que no fueran de la industria de alimentos y bebidas, descarta las automotrices porque ciertamente a los fabricantes no les interesa hablar de nutrición o de lactantes. “Yo he sido presidente de la asociación de médicos y he estado buscando patrocinadores en todas partes –asegura–. Resulta muy fácil decir ‘es que deberían...’ Entonces que no haya congresos médicos o que sean mucho más baratos, sin traer profesores extranjeros”.

Analiza lo que significaría hacer un congreso sin patrocinio. Suponiendo que en el hospital son 500 doctores y que todos pagan la inscripción de 2 mil pesos, ejemplifica, “¿tú pagarías 2 mil pesos porque te entrene la gente de tu mismo hospital? No alcanza para traer a nadie más. Yo pagaría esa cantidad si me trajeran a un reconocido especialista. ¿Cuánto me costaría traerlo? Un profesor internacional te cuesta 100 mil pesos, sólo de gastos de transportación, alojamiento y alimentos. Pero además cobra porque lo llaman de todas partes y, por supuesto, la industria le va a pagar. Sólo que sea mi amigo vendría sin cobrar, pero no sin que le pague sus viáticos. ¿Y de dónde saco para pagarle esos gastos, si no tengo ni para atender a 410 pacientes con obesidad?”.

Luego habría que sumar otros gastos, aunque fuera un evento modesto, porque hacerlo en un lugar diferente del Hospital Infantil de México Federico Gómez, por ejemplo en Pachuca, únicamente por la renta del auditorio para las conferencias costó el año pasado un millón de pesos por tres días. “Necesitaría que 500 médicos pusieran sus 2 mil pesos nada más para pagar el auditorio”, calcula Villalpando.

Nos confía que Coca-Cola y Fundación FEMSA han llegado al Hospital Infantil ofreciéndole ayuda para el programa de obesidad, en el que “puedo manejar 410 pacientes al año, ni uno más, y los tengo que dar de alta. No tengo dinero, no hay recursos”.

–¿Y qué pasó? ¿No aceptaste?

–Pues veme. Sigo aquí –responde paseando la mirada por su minúscula oficina del hospital.

Martha Kaufer también nos confía: “En los últimos tres años hemos tenido la ventaja enorme de traer gente de fuera que son personalidades, voces muy importantes en sus temas que no podríamos traer si no nos apoyara la industria farmacéutica. Ésa es la triste realidad. Como vienen financiadas por ésta, ellos sí tienen lineamientos claros, muy estrictos y ya está bien reglamentado. Saben que no se pueden mencionar productos ni marcas, así que ahora hablan de temas generales. La industria farmacéutica está muy adelantada en el asunto de los conflictos de interés y se cuida mucho. Creo que hay mucho que aprenderle y podríamos trasladarlo a otras industrias”.

En cambio, la investigadora del Instituto Nacional de la Nutrición tiene la impresión de que “en la industria de alimentos estamos casi en pañales. Apenas vamos aprendiendo a cómo tener una relación con la industria. Desafortunadamente, los aprendizajes han llevado a preferir no tenerla, en la medida de lo posible, para evitar sesgos”.

En el caso de un curso o de un congreso, para Kaufer lo correcto “sería que se hablara más de conceptos nutriólogicos en el campo de la nutrición, que de un producto en particular”. En cambio, resultaría inaceptable “condicionar el patrocinio a incluir un tema o un ponente, “como ocurrió hace muchos años en una ocasión que vino alguien y dijo: ‘Yo te pongo un stand, te financio y te traigo un ponente’. No, ya tenemos nuestro programa, respondimos. ‘Entonces, insistieron, que en algunos de los temas alguien se pare a decir que los helados pueden ser parte de una dieta correcta’. Pues sí, pueden serlo, pero no vemos por qué un invitado nuestro se pare a decir eso”.

Sin embargo, señala el doctor Mauricio Hernández, ha sido de lo más común que la industria o sus organismos vayan a las

universidades y las sociedades profesionales a meter la mano en los congresos y “contratar mesas de trabajo, proponer temas y ponentes, a cambio de inscripciones, un donativo, un apoyo”.

En materia de investigación, apuntó Martha Kaufer, es fundamental fijarse muy bien en los términos del convenio o el contrato y dejar establecida la libertad total del investigador sobre lo que encontró, por ejemplo para divulgarlo en los congresos, así como la obligación de declarar quiénes financiaron su trabajo o su participación en un congreso.

Muchas veces la industria “se acerca a estudiantes que aún son inocentes”, por lo que Kaufer sugiere “desarrollar cierta malicia”. Tal vez si a ella la “hubieran invitado hace 20 años no habría sabido qué hacer”. Por ello, a quienes les ofrezcan un financiamiento, “deben pensar muy bien antes de aceptarlo cuáles serían las implicaciones”. Hasta ahora, cada quien tiene que ir aprendiendo por su cuenta. Por lo mismo, le parece que sería bueno que estos temas ya formaran parte de la enseñanza que reciben los estudiantes en todos los campos, “porque hay ejemplos en todas las áreas”.

Opina el doctor Hernández que hoy se toman un poco más precauciones, pues tanto los programas de congresos, las mesas y los conferenciantes suelen hacer una declaración de si tienen o no algún conflicto de interés y si se recibió o no financiamiento y de qué empresa. “Eso significa que lo que se va a decir en esa mesa o en esa conferencia representa la visión de una compañía”, advierte.

Lamentablemente, pese a esta declaración, “eso no significa que una conferencia financiada por la industria no tenga un impacto en todo un auditorio”, reflexiona Hernández. Qué bueno saber a quién representa un ponente y por qué da cierta visión de las cosas, pues saberlo permite contextualizarlo. Sin embargo, se pregunta, “qué tan entrenado está el público para decir: ‘Este ponente es de la industria, tiene un conflicto de interés, quiere vender’. La gente en general no tiene todavía un buen entrenamiento de lo que es el conflicto de interés”.

En consecuencia, aunque es un avance, no basta la declaración de conflicto de intereses. Incluso, como veremos en el siguiente capítulo, las fundaciones e institutos empresariales y sus fondos realizan actividades que son transparentes.

Entonces, luego de ese primer paso hay que tomar otras medidas, comenzando por la educación de estudiantes, investigadores, profesionales y de la sociedad en su conjunto en estos temas.

TABLA 4. APOYOS DE COCA-COLA MÉXICO A PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN 2017-2019

ASOCIACIÓN	FONDOS	CANTIDAD	AÑO
Sociedad Mexicana de Nutrición y Endocrinología	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 5,514,392	2017
Sociedad Mexicana de Nutrición y Endocrinología	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 6,020,000	2018
Sociedad Mexicana de Nutrición y Endocrinología	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 370,000	2019
Sociedad Mexicana de Nutrición y Endocrinología	Congreso Médico GDL	\$ 216,324	2019
Total		\$ 12,120,716	
Sociedad Mexicana de Pediatría, A.C.	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 3,254,392	2017
Sociedad Mexicana de Pediatría, A.C.	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 4,445,000	2018
Sociedad Mexicana de Pediatría, A.C.	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 2,000,000	2019
Total		\$ 9,699,392	
Federación Mexicana de Diabetes	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 4,949,822	2016-2017
Colegio Mexicano de Nutriólogos	Apoyo no condicionado para educación continua	\$ 110,000	2017
Colegio Mexicano de Nutriólogos	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 58,000	2019
Total		\$ 168,000	
Instituto Mexicano de Investigaciones Nefrológicas, A.C.	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 2,574,392	2017
Instituto Mexicano de Investigaciones Nefrológicas, A.C.	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 4,800,000	2018
Total		\$ 7,374,392	

Sociedad Mexicana de Cardiología, A.C.	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 2,603,449	2017
Sociedad Mexicana de Cardiología, A.C.	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 3,500,000	2018
Total		\$ 6,103,449	

Academia Mexicana de Neurología, A.C.	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 3,804,250	2018
Asociación Mexicana de Gastroenterología, A.C.	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 3,750,000	2018
Colegio de Medicina Interna de México	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 2,997,605	2017
Asociación Mexicana de Geriatria y Gerontología, A.C.	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 744,392	2017
Sociedad de Médicos Residentes Instituto Nacional de Pediatría	Apoyo plan anual de trabajo	\$ 75,400	2019
Asociación Mexicana de Ciencia de los Alimentos	Apoyo académico	\$ 60,000	2019

Fuente: Coca-Cola México, Nuestro compromiso con la transparencia, Apoyos a Proyectos de Investigación 2017-2019. Disponible en www.coca-colamexico.com.mx/transparencia/apoyos-a-proyectos-de-investigacion

Fuentes consultadas

- Muñoz Cano, Juan Manuel. (2015, enero). El Plato del Bien Comer, ¿evidencia científica o conocimiento transpuesto? *Revista de Investigación Educativa*, [S.l.], núm. 20, p. 45-71. Disponible en: www.researchgate.net/publication/304394879_El_Plato_del_Bien_Comer_evidencia_cientifica_o_conocimiento_transpuesto, consultado 16-03-2020.
- O'Connor A. (2017, 16 de agosto). Coke Spends Lavishly on Pediatricians and Dietitians. *New York Times*. Disponible en: <http://well.blogs.nytimes.com/2015/09/28/coke-spends-lavishly-on-pediatricians-and-dietitians/?smid=tw-nytimeswell&smtyp=cur&r=0>, consultado 04-04-2020.
- Esterl, M. (2017, 16 de agosto). Coca-Cola Ends Financial Sponsorship of Academy of Nutrition and Dietetics. *The Wall Street Journal*. Disponible en: www.wsj.com/articles/coca-cola-ends-financial-sponsorship-of-academy-of-nutrition-and-dietetics-1443474808, consultado 04-04-2020.
- Europa Press. (2013, 12 de septiembre). La campaña 'Impulsa tu vida' acercará a Granada las claves para llevar un estilo de vida activo y saludable. Madrid: Autor. Disponible www.europapress.es/epsocial/rsc/noticia-rsc-campana-impulsa-vida-acercara-granada-claves-llevar-estilo-vida-activo-saludable-20130912180914.html, consultado 04-04-2020.
- Ferre, Manuel. (2016, 9 de septiembre). ICD Granada 2016, crítica para mejorar. Granada: Elige Salud Nutriéndote. Disponible www.eligesaludnutriendote.com/icd-granada-2016-critica-para-mejorar, consultado 04-04-2020.
- Uauy, Ricardo *et al.* (2015). No más multinacionales de comida chatarra en las conferencias de SLAN. Alerta Nutricional: Maurer, Geraldine. Disponible en: <https://alertanutricional.org/conflicto-de-interes.html>, consultado 7 de abril, 2020.
- Simón Barquera *et al.* (2017). Postura de la Sociedad Latinoamericana de Nutrición (SLAN) sobre el manejo de conflicto de intereses. Disponible en: https://www.slaninternacional.org/conflicto-interes/postura_cdi_slan.php, consultado 7 de abril, 2020.
- Pérez, A., et. Al. (2014). *Sistema Mexicano de Alimentos Equivalentes. Fomento de Nutrición y Salud. México: Ogali, 4ª edición.*
- Asociación Mexicana de Nutriología, A.C., página de inicio. Disponible en: <http://asociaciondenutrologia.org>, consultado 8 de abril, 2020.
- Asociación Mexicana de Nutriología, A.C. El Sabor del Año. Disponible en: <https://monchitime.com/tag/amenac/>, consultado 6 de abril, 2020.
- Asociación Mexicana de Nutriología, A.C. (2019, septiembre). 7º Congreso Mexicano de Nutriología. Disponible en: [https://asociaciondenutrologia.org/img/congress/1567579716programaAcad%C3%A9micoProfesionalesDeLaSalud\(FINAL\).pdf](https://asociaciondenutrologia.org/img/congress/1567579716programaAcad%C3%A9micoProfesionalesDeLaSalud(FINAL).pdf), consultado 5 de abril, 2020.
- El Sabor del Año, página de inicio. Disponible en: www.saboresyconsumidores.com.mx/somos.php, consultado 6 de abril, 2020.
- Asociación Mexicana de Miembros de Facultades y Escuelas de Nutrición, página de inicio. Disponible en: www.ammfen.mx, consultado 5 de abril, 2020.
- Asociación Mexicana de Miembros de Facultades y Escuelas de Nutrición. (abril, 2018). XXXIII Congreso Nacional AMMFEN. *Brochure patrocinadores*. Mérida, Yucatán: Universidad Anáhuac Mayab. Disponible en: <http://anahuacmayab.mx/ammfen/patrocinios-y-stands/>, consultado 5 de abril, 2020.
- Asociación Mexicana de Miembros de Facultades y Escuelas de Nutrición. (2018). Disponible en: <http://anahuacmayab.mx/ammfen/wp-content/uploads/2017/12/brochure-congreso-ammfen-2018.pdf>, consultado 5 de abril, 2020.
- Universidad Anáhuac y Universidad del Mayab. (2018, 23 de abril). Con éxito concluye el XXXIII Congreso Nacional AMMFEN. Mérida, Yucatán. Disponible en: <https://institucional.anahuacmayab.mx/nosotros/sala-de-prensa/concluye-en-xxxiii-congreso-nacional-ammfen>, consultado 5 de abril, 2020.
- Asociación Mexicana de Miembros de Facultades y Escuelas de Nutrición. (2020). Congreso AMMFEN 2020. Disponible en: <https://ammfen.mx/congreso2020/index.htm>, consultado 5 de abril, 2020.

- Asociación Mexicana de Miembros de Facultades y Escuelas de Nutrición. (2020). Congreso AMMFEN 2020, patrocinios. Disponible en: https://ammfen.mx/congreso2020/pdf/Plan_de_Patrocinios_2020.pdf, consultado 5 de abril, 2020.
- DynaHEALTH Project Coordinator. (2015, 16 de noviembre). IDF urge world leaders to tax sugar, reduce obesity and type 2 diabetes rates. Disponible en: <https://www.dynahealth.eu/news/news/idf-urge-world-leaders-to-tax-sugar-reduce-obesity-and-type-2-diabetes-rates>, consultado 28 de abril, 2020.
- Colegio Mexicano de Nutriólogos, A.C. Antecedentes históricos. Disponible en: www.cmnutriologos.org/recursos/AntecedentesHistoricosCMN.pdf, consultado 7 de abril, 2020.
- Colegio Mexicano de Nutriólogos, A.C. Avals. Disponible en: www.cmnutriologos.org/seccion.php?sec=9, consultado 7 de abril, 2020. Colegio Mexicano de Nutriólogos, A.C. Certificación. Disponible en: www.cmnutriologos.org/seccion.php?sec=3, consultado 7 de abril, 2020.
- Colegio Mexicano de Nutriólogos, A.C. Estatutos (2017). Disponible en: www.cmnutriologos.org/recursos/EstatutosCMN_Al19Ene2017.pdf, consultado 7 de abril, 2020.
- Sociedad Mexicana de Nutrición y Endocrinología, A.C. Estatutos. Disponible en: endocrinologia.org.mx/pdf/estatutos.pdf, consultado 7 de abril, 2020.
- Laviada-Molina, Hugo *et al.* (2017). Posición de la Sociedad Mexicana de Endocrinología y Nutrición sobre edulcorantes no calóricos. *Revista Mexicana Endocrinología, Metabolismo y Nutrición*, 4:24-41. Disponible en: https://endocrinologia.org.mx/pdf/12_Edulcorantes_2017.pdf, consultado 7 de abril, 2020.
- Comer bien: una decisión inteligente. (2019, 28 de octubre). *Reforma*, Foros Reforma. Disponible en: www.forosreforma.com/foros/reforma/forocomerbien/index.html, consultado 7 de abril, 2020.
- EFE (2016, 6 octubre). Peña Nieto inaugura planta de Nestlé en Jalisco de 245 millones de dólares México: Autor. Disponible en: www.efe.com/efe/america/mexico/pena-nieto-inaugura-planta-de-nestle-en-jalisco-245-millones-dolares/50000545-3061331, consultado 7 de abril, 2020.
- Academia Mexicana de Pediatría, A.C. (2017, 16 de agosto). 65 Congreso conmemorativo. Dr. Héctor Fernández Varela. Disponible en: www.academiamexicanadepediatria.com.mx/65o-congreso-acamexped/, consultado 7 de abril, 2020.
- Nestlé. Creación de valor compartido. Reporte de resultados México 2016 – 2018. Disponible en: www.nestle.com.mx/sites/g/files/pydnoa511/files/2019-10/CVC2016-2018.pdf, consultado 7 de abril, 2020.
- Academia Mexicana de Pediatría. Nosotros. Disponible en: <http://amp.org.mx/nosotros/>, consultado 7 de abril, 2020.
- Nestlé. (2015, abril). Nestlé, comprometido con la nutrición en los primeros 1,000 días de vida, beneficiará a 10 millones de papás. Disponible en: www.nestle.com.mx/media/presreleases/nestl-comprometido-con-la-nutricin-en-los-primeros-1000-das-de-vida-beneficiar-a-10-millones-de-paps, consultado 7 de abril, 2020.
- El Poder del Consumidor. (2019). Radiografía Danonino. Disponible en: <https://elpoderdelconsumidor.org/2019/11/radiografia-de-danonino-sabor-fresa/>, consultado 7 de abril, 2020.
- Nestlé. Splenda. Disponible en: www.nestleprofessional.com.mx/splendar/splendar-original-700-sobres-de-1g, consultado 7 de abril, 2020.
- Instituto Mexicano de Investigaciones Nefrológicas. Misión y visión. Disponible en: <https://imin.org.mx/mision-y-vision>, consultado 7 de abril, 2020.

LAVADO DE LA SALUD: PARARSE EL CUELLO, GANAR Y NEUTRALIZAR

FILANTROPÍA, ¿MÁSCARA HUMANITARIA?

En términos llanos, filantropía es amor al género humano y se expresa en la ayuda desinteresada a los demás, sin que medie ningún interés económico, a fin de mejorar sus vidas. Hoy en día, la filantropía se asocia con las acciones de responsabilidad social de las empresas y cada vez es más evidente que la emplean como un medio idóneo y una manera casi imperceptible de hacer mercadotecnia: un conjunto de actividades encaminadas a beneficiarse económicamente y, de paso, librarse de pagar impuestos.

De esta forma, se infunde una acepción mercantil al concepto de filantropía, se pervierte su sentido y se le condena a ser una máscara humanitaria, al ocultar que lo que se da con una mano (becas, premios, fondos, etc.) con la otra se quita: la salud.

Para la industria alimentaria y de bebidas, la filantropía es parte del curso normal de hacer negocios, de vender –mediante una mercadotecnia indirecta,

sutil- la mayor cantidad de sus productos, independientemente del daño a la salud de los consumidores. Al decir de Marion Nestle en *Soda Politics*, las compañías usan a las organizaciones comunitarias como un medio para crear buena voluntad y fidelizar la marca. Se disfrazan de filantropía o responsabilidad social corporativa “para ganar amigos y neutralizar a los críticos a través del ‘lavado de la salud’, la inversión en las comunidades, el apoyo a organizaciones e investigaciones de profesionales de la salud [...] y la promoción de la protección del medio ambiente”.

¿Acaso las empresas consideran aún que la mayoría de los mexicanos seguimos creyendo que por iniciativa propia se obligan a no causar en la población ningún efecto negativo en el presente ni en el futuro? ¿Que sus inversiones en la sociedad y el medio ambiente responden a un compromiso auténtico por el bienestar social de sus empleados, sus familias y las comunidades?

Si partimos de que en México las personas toman lo que les ofrece un partido político en las campañas electorales aunque no crean en sus promesas ni compartan sus ideas, vayan a votar o no por éste, de igual manera pensamos que la población se percató cada vez más de que las empresas usan la responsabilidad social para desgravar impuestos, publicitarse, obtener reconocimiento e incluso como una manera de competir entre ellas. Quienes han padecido los estragos al medio ambiente causados por las empresas alimentarias y de bebidas en sus lugares de origen, menos todavía creen en sus bondades.

Marion Nestle advierte que el propósito subyacente de la responsabilidad social de las empresas (RSE) es crear una imagen corporativa favorable que incremente las ventas y, por lo mismo, su objetivo comercial “es ganar amigos, promover la lealtad a la marca, silenciar a los críticos, evitar la regulación, acumular crédito moral y crear la ilusión de que los productos son más saludables”. Más aún, la participación de las empresas en las actividades filantrópicas que vinculan los objetivos comerciales con las causas sociales se ha convertido en un jugoso nicho para alcanzar un mayor crecimiento.

En el caso de las fundaciones, partimos del principio de que son organizaciones filantrópicas, sin fines de lucro, cuyo propósito primordial es aportar y también allegarse recursos privados

para asignarlos al beneficio público, la asistencia social (educativa, cultural, deportiva, sanitaria), la defensa del medio ambiente y el fomento de la investigación científica y desarrollo tecnológico.

Pero, ¿qué tan independientes son las fundaciones relacionadas con las empresas de bebidas azucaradas?

Marion Nestle nos da la respuesta: “En un momento pueden haberlo sido, pero ya no”, hoy constituyen un elemento básico de la estrategia comercial de las empresas. “La corporación y su fundación operan como una sola unidad y sus objetivos son indistinguibles”. Concluye que las empresas y sus fundaciones no dejan piedra sin remover, pues “ningún posible receptor de la filantropía de la industria de los refrescos es demasiado pequeño o demasiado local para que las compañías lo ignoren como un posible aliado”.

Fruto del análisis exhaustivo que hace en *Soda Politics*, la doctora Nestle devela cuatro de los objetivos de responsabilidad social de las refresqueras: promover la salud, invertir en comunidades, apoyar causas dignas y proteger el ambiente. A ella le parece que estos objetivos son “‘lavado de la salud’ y ‘lavado verde’: intentos cosméticos para desviar la atención del daño a la salud pública y al medio ambiente causado por la producción y el consumo de refrescos”.

Nos propusimos trazar la forma como aterrizan estos objetivos en la fundación de la compañía de bebidas azucaradas de mayor impacto en nuestro país: Coca-Cola. Comenzamos por averiguar qué está haciendo su fundación para posicionarse a sí misma y a su industria como comprometidas a fondo con la salud y el bienestar de los mexicanos. Al ingresar a la página de Coca-Cola México para comparar sus objetivos con los de su fundación, descubrimos que desde 1886 Coca-Cola es feminista. Siempre tan “oportunista en aras de maximizar las ganancias”, parte del guión de la industria alimentaria, advierte Marion Nestle.

La industria mexicana de Coca-Cola declara en su sitio que concibe la inversión en responsabilidad social como generadora de “progreso, crecimiento económico y desarrollo sustentable en las comunidades a las que servimos y de las que somos parte”. Por su lado, la Fundación –encargada de ejecutar los programas sociales de Coca-Cola México– se creó en 1997 “para trabajar en

beneficio de los ámbitos social, educativo, económico y ambiental de los mexicanos”, lo que ha hecho durante estos 23 años, según su página web, a fin de responder a las necesidades sociales y ambientales del país, contribuyendo así al bienestar integral de la población. Asimismo, sin ambages se asume como “el mejor aliado para transformar positivamente la vida de las comunidades, ¡claro! asegurando también su bienestar”.

Tras revisar ambas páginas de internet, corroboramos no sólo su unidad de propósitos, sino también la convergencia con los objetivos de responsabilidad social especificados en *Soda Politics*. De hecho, cada objetivo posee metas estratégicas y sus respectivos objetivos de marketing. Les proponemos, a manera de ejercicio, ir identificándolos en algunas de las actividades que realizan en México tanto la empresa como la Fundación Coca-Cola.

Desglosemos los cuatro objetivos de responsabilidad social que identificó Marion Nestle, con sus respectivas metas estratégicas, para ir ejemplificándolos con base en la información que aparece en sus páginas web.

Promueven la salud (primer objetivo) a través de las siguientes metas estratégicas: ampliar la cartera de opciones de bebidas bajas en calorías y sin calorías (aseveran que 45% de los 75 productos que ofrecen en México son bajos en calorías o sin ellas, y afirman haber reducido el contenido calórico en 21% de ellos e incluso se ufanan: “Volvimos a ser para todos”, con Coca-Cola sin azúcar); comercializar tamaños más pequeños (subrayan que brindan porciones más pequeñas y que 260 presentaciones de sus bebidas tienen menos de 100 calorías); educan al público sobre conceptos clave, equilibrio energético, hidratación y actividad física. Va una pequeña muestra de la cascada de información al respecto en ambos sitios web: “Cinco sencillas claves para entender el balance energético”; “Mitos de la hidratación: ¡derribados!”; “¿Sabes cuántos líquidos podemos perder a diario?”; “Adopta el ejercicio como parte de una vida saludable” y “La actividad física nos permite mantener el equilibrio energético entre las calorías que consumimos y lo que gastamos”.

Así, tras la pantalla de impulsar un estilo de vida saludable y posicionarse como “No somos la causa, pero queremos ser parte

de la solución”, erigiéndose en paladín de la actividad física como elemento esencial del bienestar y lavándose las manos al atribuir la obesidad a las incorrectas elecciones alimentarias y a la inactividad física, desvían la atención de la contribución de los refrescos a la obesidad y la mala salud, que son finalmente los objetivos de *marketing*. De paso trasladan su responsabilidad a los consumidores. Ya antes hablamos de sus “fundamentos científicos”.

Esto resulta verdaderamente indignante cuando su amplia cartera de bebidas ha sido fuente de deshidratación, malnutrición y obesidad; peor aún, cuando se atreven a proponer: “Si no nos gusta el agua, existen numerosas opciones de bebidas que podemos incluir, cuidando las calorías, y tomando en cuenta que hay un portafolio amplio de variedades como el que tiene Coca-Cola para satisfacer la necesidad de hidratación de diversas formas”.

Invertir en las comunidades (segundo objetivo), con estas metas: patrocinar asociaciones que buscan apoyar a las comunidades mexicanas (Fondo Familia Coca-Cola y Programa 5by20, destinado a mujeres emprendedoras: agricultoras, proveedoras, minoristas, distribuidoras, artesanas o recicladoras, como en el caso de Fundación Mitz); promover el deporte (Programa Vive tu Parque: centros urbanos de acondicionamiento físico y torneo internacional de fútbol anual de secundarias, entre otros); apoyar iniciativas de comunidades locales (rehabilitación de escuelas, albergues y centros de hidratación, por ejemplo) y brindar ayuda comunitaria en caso de desastres (donaciones en especie para damnificados, agua embotellada, jugos, leche, bebidas isotónicas y agua de plantas potabilizadoras).

Toda esta inversión de la refresquera en las comunidades es insignificante, comparada con las ganancias que obtiene, y aunque aparezca como la gran bienhechora, participan el gobierno y asociaciones civiles. Con estos ingredientes, Coca-Cola cocina una imagen positiva ante las autoridades comunitarias y la población, para generar lealtad a la marca, ganar aliados y neutralizar las críticas.

Apoyar causas dignas (tercer objetivo), y sacarles buen jugo mediante tres metas: asociarse con profesionales de la salud (Ponte al 100, programa para incitar a ponerse en movimiento, con estilos de vida activos, y el programa de capacitación con que pretenden

mitigar los altos índices de obesidad y sobrepeso, Educación en Nutrición y Balance Energético); patrocinar la investigación nutricional (Premio de Investigación en Biomedicina Dr. Rubén Lisker) y reclutar líderes de salud pública (por ejemplo, nombrar como consejeros de Fundación Coca-Cola a los doctores Guillermo Soberón Acevedo y Juan Ramón de la Fuente, ambos ex rectores de la UNAM y ex secretarios de Salud, entre otros cargos, así como a Genaro Borrego, ex director general del Instituto Mexicano del Seguro Social, aparte de otros puestos políticos).

Comencemos por “Ponte al 100”, confeccionado a la medida de Coca-Cola a fin de cumplir con lo que pregona: ponernos en movimiento para combatir la obesidad. Con el aval y la participación de la Secretaría de Salud, el gobierno del Estado de México y la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte, junto con las universidades Anáhuac e YMCA. El programa fue liderado por la Fundación Movimiento es Salud, creada en el Estado de México en el sexenio de Peña Nieto.

De acuerdo con la revista *Proceso*, Ponte al 100 fue un desastre: “Nunca pasó de su fase piloto –en la que ni siquiera cumplió la mitad de sus objetivos–, costó una millonada, operó en medio de la opacidad [y] sirvió para promover a Coca-Cola”. Entre 2012 y 2015, el gobierno invirtió más de 180 millones de pesos a fin de evaluar con pruebas de rendimiento físico y factores morfológicos el estado de salud de 3 millones de personas para indicarles actividad física y alimentación adecuadas; sólo se efectuaron 1 millón 300 mil evaluaciones, que están en las bases de datos de la empresa Fundación Movimiento es Salud. La Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte aseguró haber dejado el proyecto porque se percibía como responsable a Coca-Cola, cuyo papel consistió sólo en difundir Ponte al 100, programa del que tanto alardea la refresquera.

Otro traje a la medida de asociación con autoridades y sociedad civil, del que también presume Coca-Cola, es el Programa de Educación en Nutrición y Balance Energético, en el que otra empresa, Nutrikit, entró al quite para capacitar en dieta adecuada y grupos de alimentos al personal de albergues, casas del niño indígena, Cruz Roja Mexicana y DIF. Para los talleres de este programa,

Nutrikit se embolsó más de 8 millones de Coca-Coca, entre 2011 y 2015, según reportó la refresquera en su lista de proyectos apoyados en esos años.

Ahora vayamos al Premio Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos al que esta empresa y el Conacyt convocaron por más de 40 años, y el Premio de Investigación en Biomedicina Dr. Rubén Lisker, que patrocina desde 2015 junto con el Instituto de Bebidas para la Salud y el Bienestar de Coca-Cola de México, proclamando que es para incentivar iniciativas de desarrollo de la ciencia en favor de los mexicanos. Los premios, ya tratados en otro capítulo de este libro, le han permitido curarse en salud, pues hasta 2018 se escudaron tras del Conacyt, la más alta autoridad científica del país, y luego de cortarse de tajo esa conflictiva relación en 2019, ahora se cobijan bajo la Academia Mexicana de Ciencias.

¿Por qué ninguna de las cinco investigaciones galardonadas con el Premio Dr. Rubén Lisker busca soluciones a la problemática de obesidad y diabetes que urge resolver en México? Pueden confirmarlo quienes se asomen a su página web. ¿Por qué al Comité Evaluador, integrado por reconocidos expertos de instituciones nacionales, nivel III en el SNI y especializados en diversas áreas de la salud, no se le ha ocurrido impulsar investigaciones encaminadas a dar respuestas a este problema de salud pública?

Para ser justos, no hay que olvidar otro intento de la refresquera por impulsar la ciencia en México, claro, a su conveniencia. Nos referimos al Instituto de Bebidas para la Salud y el Bienestar (IBSB), fundado en 2014 como “el primer instituto científico de bebidas en México con enfoque en la educación, la gestión y la promoción de la investigación en temas relacionados con el bienestar y la hidratación, dirigido a profesionales de la salud”, presumía Coca-Cola México en su sitio web, “como parte de su compromiso con la ciencia y la innovación”.

En 2015, el instituto empezó su labor de tejer lazos con el Hospital Infantil de México Federico Gómez, como pudimos comprobarlo en el contrato de donación por 800 mil pesos para equipamiento del Centro de Investigación de la Unidad de Epidemiología Clínica Aplicada, que obtuvimos a través de una solicitud de acceso a la información.

Ese mismo año publicó *Hidratación. Fundamentos en las diferentes etapas de la vida*, que según la página web de Coca-Cola México es “una fuente de información sustentada [destinada a] resaltar la importancia y beneficios de la hidratación. Para el instituto es muy importante promover la investigación de este tema, ya que tradicionalmente se ha basado en supuestos clínicos y no en evidencia científica”. De nuevo, descalificando la investigación que no le favorece y disfrazando bajo el ropaje de “evidencia científica” estudios que en el fondo no son más que vulgar marketing.

Se vanagloria, además, de que el texto está avalado por el Colegio de Medicina Interna de México, la Federación Mexicana de Diabetes, la Universidad del Valle de México y la Asociación Mexicana de Nutriología, más cuatro instancias internacionales: Fundación Española de la Nutrición, Federación Iberoamericana de Nutrición, Federación para la Investigación Nutricional y Grupo Latinoamericano de Nutrición Comunitaria. Vaya respaldo científico de organizaciones debidamente lubricadas con fondos de la refresquera tanto en México como en España, según documentamos en capítulos anteriores.

En *La trama oculta de la epidemia, obesidad, industria alimentaria y conflicto de interés*, Alejandro Calvillo y Ágata Székely nos comunican que la presencia del instituto fue efímera, ya que no llegó ni a tres años. Su página de internet dejó de funcionar desde septiembre de 2016, y en su lugar había una carta en la que Coca-Cola Company avisaba que daría de baja su apoyo al Beverage Institute of Health and Wellness de Estados Unidos –del que era filial el IBSB en México–, y que “se enfocará en nuevas perspectivas para colaborar en su entendimiento de la obesidad (dado que su bien intencionada colaboración enfocada en la actividad física ‘ha sido malentendida’)”.

Sin duda, esta inhabilitación fue una de las tantas repercusiones de la desaparición de la Red Global de Balance de Energía, a raíz de descubrirse que la patrocinaba Coca-Cola para sesgar las investigaciones de los científicos hacia la inactividad física como causante de la obesidad; no obstante, tenemos nuestras dudas acerca de la inexistencia de dicho instituto en nuestro país, porque durante la entrega del Premio Dr. Rubén Lisker 2019, la

subdirectora de asuntos científicos y regulatorios de la refresquera en México señaló que “para el Instituto de Bebidas y el Bienestar, en alianza con la Academia de Ciencias, es un orgullo contribuir al financiamiento de proyectos que generen conocimiento científico e impacten de forma positiva la vida de millones de mexicanos”. Además, este instituto ha seguido convocando a ambos premios hasta 2020.

Calvillo y Székely documentaron que el sitio ofrecía a estudiantes y profesionales de nutrición seminarios en línea, entre ellos “Energy Balance in an obese world”, en el que participaba el doctor James O. Hill, nada menos que uno de los fundadores de la Red Global de Balance de Energía. Otro de los seminarios que ofrecía era “Exercise is Medicine”, iniciativa del Instituto de Medicina Deportiva de Estados Unidos (American College of Sports Medicine), patrocinado por Coca-Cola.

En México ya tenemos la filial de El Ejercicio es Medicina, cuyo propósito es instruir a los médicos para convertirlos en aliados y líderes de opinión sobre la propuesta de que el ejercicio previene la obesidad. Nos llama la atención que la doctora Guadalupe Fabián San Miguel fuese la secretaria de actividades científicas de esta organización y expresidente de la Federación Mexicana de Diabetes, pero aún nos sorprendió más saber que también fue jefa de la Clínica del Síndrome Metabólico del Instituto Nacional de Enfermedades Respiratorias. Ella decía: “No es necesario castigar a las empresas con impuestos [...] La solución no es satanizar a las empresas, sino la educación”. Y para abatir la tendencia al alza en la diabetes y obesidad subrayaba la relevancia de la actividad física: “Se ha demostrado que cuando se realiza con regularidad una caminata se mejora la glucemia, se reduce la grasa y pérdida de peso”. De hecho, no quita el dedo del renglón: es la presidenta de la Caminata Nacional del Paciente con Diabetes, e insiste en privilegiar la inactividad física como causa fundamental de esta enfermedad.

Nos llevamos otra desagradable sorpresa cuando nos enteramos de que la Fundación Coca-Cola contaba entre sus consejeros con un abanderado de la salud pública, quien además de ser ex secretario de Salud fue rector de la Máxima Casa de Estudios y se le consideraba un experto destacado. No nos imaginábamos

a Guillermo Soberón Acevedo como miembro del Consejo de la Fundación Coca-Cola compartiendo con uno de los más acérrimos enemigos de la salud de los mexicanos. Tampoco que el Premio Nobel de Química Mario Molina haya sido otro de sus consejeros. Por cierto, ambos murieron en octubre de 2020. Es obvio que esta relación de “lavado de la salud”, como la llama la doctora Nestle, no sólo *limpia* la imagen de la refresquera, sino también amplía el margen de su influencia en la política.

Respecto a *proteger el medio ambiente*, cuarto objetivo de responsabilidad social, únicamente aludiremos a tres de sus metas estratégicas por su estrecha relación con el plan instrumentado por Coca-Cola: reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, disminuir el desperdicio de paquetes y el uso de agua. Precisamente es aquí donde la trasnacional lanzó desde 2008 su campaña publicitaria sobre el Programa Nacional de Reforestación y Cosecha de Agua, que a lo largo de once años ha cacareado intentando tapar el sol con un dedo, al pretender nublar tanto el brutal impacto de la extracción de agua y el agotamiento de sus fuentes, como la propagación desbordada de su basura plástica.

Empecemos por el programa que involucró, al menos hasta 2017, el *triángulo de oro* con el cual la empresa se precia de trabajar siempre: gobierno, comunidades y asociaciones civiles, en este caso Pronatura. Su propuesta era devolver 100% del agua utilizada, disminuyendo su consumo en la elaboración de sus productos y en las plantas embotelladoras; plantando millones de árboles para recargar los mantos acuíferos; instrumentando programas de captación y disponibilidad de agua en las comunidades, y tratando 100% de las aguas industriales, que después dona a comunidades, instituciones y autoridades locales, además de emplearla en labores de limpieza.

Según la refresquera todo ha ido viento en popa, pues incluso la directora de la Fundación Coca-Cola México, Vivian Alegría, en entrevista con el diario *El País* en 2017, aseguró: “Desde 2014 regresamos el 100% del agua que utilizamos en México para elaborar nuestros productos, de acuerdo con mediciones que nos hace la UNAM”.

Es más, en el boletín de prensa “2019: un año de evolución y desarrollo en México”, reiteró la empresa: “Devolvemos a la natu-

raleza más del 100% del agua que utilizamos en nuestros procesos productivos, a través del Programa Nacional de Reforestación y Cosecha de Agua”. Añadió: “En 2018 disminuimos en un 36% la utilización de agua en plantas embotelladoras”. En síntesis, la refresquera se vanagloria: “Desde hace más de 93 años, hemos buscado trabajar de la manera correcta y no de la más fácil, buscando el cuidado del medio ambiente y las comunidades donde operamos para promover un futuro mejor para todos los mexicanos”.

De entrada, no olvidemos que para continuar recibiendo jugosas ganancias la industria de bebidas no sólo ha demostrado ser camaleónica, sino que acostumbra lanzar a los cuatro vientos verdades que mienten.

Veamos qué mentiras esconden esas supuestas verdades, a la luz de quienes han investigado los alcances del susodicho programa de Coca-Cola en *Apropiación de agua, medio ambiente y obesidad: los impactos del negocio de bebidas embotelladas en México*, un estudio realizado por investigadores de la UNAM. Para empezar, apuntan: “Si bien a primera vista la reforestación es una forma de regenerar el agua, el problema es que se suele sembrar una sola especie de árboles, lo cual no ayuda a mantener la biodiversidad”, y además “muchos de los procesos de reforestación... suelen tener beneficios directos en tanto se trata de áreas de filtración de agua de los acuíferos [de] donde extraen el líquido para sus procesos de embotellado de bebidas”.

Explican que en la producción de bebidas y agua embotellada se consume gran cantidad agua, sin contar con la que emplean en la producción de azúcar, aditivos y envases, además de la que contaminan con sustancias tóxicas que se liberan a la atmósfera y a las fuentes del líquido vital durante la fabricación del PET. Aún más, la que utilizan en la producción “debe ser de la mejor calidad posible (casi siempre subterránea), su disponibilidad ha de ser constante (al menos por el tiempo concesionado)” y la extraen hasta que se agota, como lo constata la experiencia de la Comarca Lagunera, que acabó con sus lagunas y hoy es un desierto. Luego de que pasan las aguas residuales por sus plantas de tratamiento para disminuir su contaminación, las reintegran nuevamente al entorno natural, pero ya no son puras ni frescas.

En este y otros ejemplos registrados en el estudio citado, queda constancia de cómo la mancuerna Coca-Cola-FEMSA busca “mejorar” la calidad de vida en las comunidades donde se instala, al “resarcir” los daños sociales, ambientales y a la salud causados por su operación, reforestando, regalando ollas y techos para captar agua de lluvia, cisternas comunitarias... A la luz de los 500 mil dólares por día que facturó en 2007, eso resulta totalmente miserable.

Cuando la refresquera destaca henchida de orgullo que devuelve cada gota, lo cierto es que “se refiere esencialmente al agua que realmente cabe en cada botella o lata de sus bebidas: los 0.5 litros en cada botella de Coca-Cola de medio litro, que en realidad toma 35 litros de agua producir, de acuerdo con la evaluación de la huella hídrica realizada en [una] fábrica de Holanda”, reporta la periodista Christine MacDonald, en *Cómo Coca-Cola hizo girar al público sobre su uso del agua*. Añade que una investigación muestra que ni siquiera está cerca de esa meta. Exhibe, asimismo, las argucias de las que la empresa pretendía valerse para “probar científicamente” que devolvía cada gota, obviando reponer casi 99% de su huella hídrica.

Así se las gasta una empresa experta también en fabricar ignorancia, al difundir verdades que mienten. Por eso no creemos que haya reducido a 60% sus operaciones para evitar la emisión de cerca de 140 mil toneladas de CO₂. Tampoco dudamos que embotellará otras tantas verdades que mienten acerca de sus logros en la campaña que hoy pregona: “Un mundo sin residuos”, a la que nos convoca “¡Hagamos esto juntos!” –o sea, súmense a la recolección de las toneladas de basura plástica con la que ha inundado el planeta–, donde se compromete a que sus empaques sean 100% reciclables y 50% de su portafolio sea retornable para 2025.

El fin último de insertarse en la protección del medio ambiente es lo que Marion Nestle llama “lavado verde”, dirigida a desviar la atención de los graves daños a la salud humana, ambiental y social que causa la fabricación de refrescos.

Nos resta señalar que esa misma trayectoria sigue FEMSA, aunque en materia ambiental ésta hunde con mayor profundidad su huella ecológica: es el actor nacional que más líquido vital extrae no únicamente para bebidas azucaradas, en alianza con Coca-Cola,

sino también para cervezas. Así se apropia de “un bien común, el agua, para un negocio privado que trasciende las fronteras nacionales” (sólo la Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma exporta a 60 países), refieren los investigadores de la UNAM.

ALTRUISMO FALAZ

A fin de navegar por el mismo caudal, de nuevo recurrimos al estudio citado sobre el agua para hablar de Nestlé, una de las cuatro empresas multinacionales líderes en México y el mundo del mercado del agua embotellada, además de que produce otras bebidas, productos alimenticios, lácteos, alimentos para mascotas y café.

Esta empresa suiza extrae el agua de fuentes superficiales y subterráneas de comunidades ubicadas en cinco estados de nuestro país, y a diferencia de lo que paga por derechos de concesión o por su uso industrial obtiene ganancias de cientos a miles de veces más al venderla. Sin embargo, no sólo se opone férreamente a que le cobren regalías, aduciendo que le agrega valor al agua, al igual que los agricultores, sino que en su propio beneficio promueve procesos de reforestación “en las áreas de filtración de agua de los acuíferos donde extrae el líquido para sus procesos de embotellado de bebidas”.

Esta apropiación del agua del subsuelo agudiza los problemas de su acceso y disponibilidad en las comunidades, pero eso sí, se da baños de pureza al “regalarla” a la población aledaña a su planta de alimentos, como ocurre en Coatepec, Veracruz, que carece de líquido vital de buena calidad para beber.

Con el propósito de evitar que el descontento social ponga en entredicho su compromiso de proteger el medio ambiente, Nestlé acostumbra repartir entre los presidentes municipales productos que utilizan en programas y proyectos comunitarios de cooptación y asistencialismo.

En su reporte de resultados de creación de “Valor Compartido 2016-2018”, enfatizó que sus fábricas son de “cero residuos” y que 98% de sus empaques son reciclables. Si apelamos a la conseja popular de “más pronto cae un hablador que un cojo”, su pregonado compromiso contra la contaminación de la basura plástica

se derrumbó al ampararse contra la Ley de Residuos Sólidos de la Ciudad de México, que prohíbe las bolsas no sustentables.

En el mismo reporte, Nestlé destacó que sus acciones de responsabilidad social en México las aplica en tres pilares esenciales –la familia, la comunidad y el planeta–, pero reconoció que la mayoría de los mil 50 millones de pesos invertidos en aquéllas se orientó tanto al desarrollo de tecnología en sus plantas para proteger el medio ambiente, como a la transformación del contenido de sus productos para contribuir a una mejor nutrición de las familias.

Ahora vayamos al ámbito de la salud, donde la empresa ha echado raíces profundas en instituciones del más alto nivel y con destacados profesionales en este ramo en nuestro país, logrando así la convergencia de sus objetivos de responsabilidad social con las metas estratégicas, a fin de no fijar nuestra atención en los severos daños que causan la producción y consumo de sus productos.

Si bien Nestlé llegó a México a principios de los años 30 del siglo pasado, y cinco años después instaló su primera fábrica, fue hasta 1957 cuando empezó su estrategia de apoyar causas dignas, asociándose con los profesionales de la salud del Hospital Infantil de México, proporcionando educación médica, becas, material bibliográfico, patrocinando los congresos científicos de su personal y campañas de salud. Luego, en 1985, se unió a la iniciativa de Carlos Abedrop Dávila, Rubén Aguilar Monteverde y Guillermo Soberón, entonces secretario de Salud, quienes con un grupo de cien empresarios crearon la Fundación Mexicana para la Salud (Funsalud), a fin de impulsar el desarrollo de recursos humanos de alto nivel y apoyar la investigación en esta área.

No obstante, fue a partir de que Funsalud se planteó realizar investigación multidisciplinaria en nutrición e impulsar la enseñanza de esta disciplina en las escuelas y facultades de medicina, que Nestlé de Suiza le otorgó un donativo a fin de crear el Fondo Nestlé para la Nutrición (FNN), a finales de 1992. Desde 1997 Nestlé México patrocina íntegramente el FNN mediante un donativo irrestricto a Funsalud, “con la misión de contribuir al mejoramiento de la alimentación y nutrición de los mexicanos. Su principal herramienta de trabajo es la generación de alianzas entre los sectores público, privado y académico para la consolidación de proyectos que pro-

muevan la investigación científica de alto nivel, la formación de profesionales y la difusión de evidencia y conocimiento aplicado para la toma de decisiones y la construcción de políticas públicas”, según su página web.

Entre las actividades estratégicas que realiza, ofrece becas para la formación de médicos y nutriólogos especialistas en nutrición clínica y bibliografía para la enseñanza en esta materia. Patrocinar la investigación científica en esta área le ha permitido reforzar y promocionar su imagen en pro de la salud, al involucrar al Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán como colaborador en el Premio en Investigación en Nutrición y la Conferencia Nestlé de Nutrición, que es un encuentro bienal científico internacional.

“Nestlé es la primera empresa en utilizar estrategias académicas para tratar de combatir la mala fama que empañó su imagen en 1973, cuando en la revista inglesa *New Internationalist* salió el famoso artículo acerca de que estaba matando bebés. Eso provocó que empezaran a revisarse los protocolos hospitalarios”, nos comenta Julieta Ponce, directora del Centro de Orientación Alimentaria.

El artículo “The Baby Killer”, al que alude la maestra Ponce señaló un incremento en la mortalidad infantil en un país africano, a causa de que la publicidad de la leche en polvo de Nestlé llevó a las madres a creer que era más sana que la materna y se la dieron a sus bebés, “sin las condiciones para la higiene necesaria ni la información correspondiente, por lo que tal leche se transformó en un arma mortal”, reseñó el economista alemán Franz J. Hinkelammert en *Solidaridad o suicidio colectivo*.

A raíz de esto nació el Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna, firmado por la ONU y agencias como el UNICEF y la OMS. Desde 1980, “ninguna mamá debe tener publicidad cerca, tampoco deben darle regalos ni ofertas”, sintetizó Julieta Ponce.

Como lo comentamos en el capítulo 2, Nestlé comenzó a suministrar al Hospital Infantil de México Federico Gómez leche en polvo y cereal preparado en la década de los cuarenta del siglo pasado, aunque precisó el doctor Salvador Villalpando, jefe del Departamento de Gastroenterología y Nutrición Pediátrica de este

hospital, que eso ocurrió en mayor medida después de los años sesenta:

—Dos condiciones muy importantes lo propiciaron: una gran disponibilidad de sustitutos de leche humana y el discurso de la desnutrición infantil, junto con las elevadas mortalidades perinatal e infantil. Entonces, una de las metas médicas y de los gobiernos era y es disminuir los casos de muerte perinatal de las madres y mantener con mejor peso, mejor estatura y aparentemente nutridos a niños en el primer año de vida para reducir la mortalidad infantil. En este contexto, los sucedáneos de la leche materna se convirtieron en una herramienta muy valiosa.

—Sin duda, la industria aprovechó estas condiciones y quizá hasta influyó en la toma de decisiones de privilegiar la fórmula sobre la lactancia materna e introducir sus cereales —apuntamos.

—Me gustaría decir que sí, pero conozco estos intrínquilis. En particular, Gerber nunca ha crecido en México, no ha permeado. Hoy sabemos que estos sucedáneos no eran la mejor herramienta. Eso de ver a los niños gorditos, cachetoncitos es un constructo emocional que ocurre desde entonces... Se dejaba la lactancia materna, porque quienes se alimentan así son flaquitos, a diferencia de los que toman fórmula. Se ha comprobado a todas luces que es fundamental que los niños de la lactancia materna sean delgados dentro de la primera etapa de su vida, pues la propensión a la obesidad en los niños a los seis años es 2.43 veces más alta en quienes recibieron fórmula el primer año, que quienes tuvieron lactancia materna.

—¿Cuál es la evidencia?, aclárenos en qué se fundamenta esto.

—En la fórmula la concentración de carbohidratos y de grasas está equiparada a la de la leche materna, pero contiene una mayor cantidad de proteínas, comparadas con las de la leche humana, lo que conlleva a que se incremente el riesgo de desarrollar obesidad.

Villalpando se pregunta “¿por qué no le bajan las proteínas en todos los sucedáneos de la leche?” Él mismo responde:

—Al encargado de la Cofepris en la administración pasada, viéndolo a los ojos, le dije: “Te estoy mostrando evidencias”. Y contestó: “Eso pasa en niños europeos, ¿cómo sabes que va a ocurrir lo mismo en niños mexicanos?”. Hay una academia internacional

de metabolismo infantil que defiende esta postura y muchos países en la OMS se han pronunciado muy claramente en favor de reducir las proteínas en las fórmulas infantiles. Lo más interesante es que México y Estados Unidos no lo han hecho. Incluso cuando Bolivia decidió bajarle las proteínas, recibió un bloqueo político interesantísimo. Ese estudio lo publicó primero Bertoldo Collesco en el *Journal of Nutrition* y luego Martina Weber.

A pesar de que desde 1982 nuestro país adoptó el Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna, se han documentado múltiples violaciones al mismo, sobre todo en consultorios y hospitales privados, como nos comenta Julieta Ponce:

—En primera, el Estado ha perdido la rectoría, la custodia de los bebés en los hospitales; entonces pasan muchas cosas. Una mujer que acaba de tener bebé es muy vulnerable, emocionalmente pasa por un *shock*, sin su familia, sin su bebé porque hay una separación drástica en todos los hospitales, no entiende qué está pasando. Entonces empieza a haber violencia gineco-obstétrica. Le preguntan a la mamá: “¿Cómo te sientes?” La coaccionan: “Si no le das de comer a tu bebé en una hora le vamos a dar fórmula” y luego simplemente le dicen: “Ya le dimos fórmula”. Eso es una violación al código.

¿Qué sucede en los hospitales públicos con la promoción a la lactancia materna? Cuando se trata de documentarlo se presentan obstáculos tan absurdos como el ocurrido en una institución pública de educación superior, que se supone tiene el deber de contribuir a resolver los problemas que afectan a la sociedad. La doctora en antropología social Isaura García, docente e investigadora de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, nos relata que en la especialidad de Antropología de la Alimentación, en el posgrado de Antropología Social, se inscribió una chica que había sido censurada por amamantar a su bebé en el hospital, donde le dijeron que debía darle fórmula:

—La alumna decidió realizar su tesis sobre la lactancia materna en hospitales del sector salud, pero en la especialidad no querían aceptar ese proyecto, argumentando que era de interés particular. A pesar de las objeciones, echó a andar el estudio de

campo en los hospitales regionales del norte y del sur del estado, a donde ingresaban en promedio 20 mujeres al día, varias de ellas menores de edad.

Entre otras cuestiones, se detectó que en ambos hospitales había campañas en favor de la lactancia materna, “aunque también circulaban otras en contra de las mamás que estaban tirando la leche, porque no había lactarios donde conservarla”, aclara la doctora Isaura García.

Resolver la problemática de la lactancia materna entraña dificultades porque tiene varias dimensiones que van más allá de fortalecer las acciones de vigilancia en el cumplimiento del código y de las campañas de difusión. Sin duda, hoy en día se ve a la alimentación del seno materno como la forma más adecuada para lograr que los niños crezcan sanos y se desarrollen óptimamente.

No obstante, las investigadoras Pilar Torre y Monserrat Salas, de la Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco y del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán, respectivamente, autoras de un artículo sobre este tema, nos revelan una realidad muy distinta: “En México, la prevalencia nacional de lactancia materna exclusiva entre los menores de seis meses es de 30.8%, cifra que constituye un desafío a la promoción de la salud”.

¿Qué podíamos esperar ante la contradicción que personificó Peña Nieto en su papel de presidente, al emitir en 2014 la Estrategia Nacional de Lactancia Materna para desincentivar el consumo de fórmulas infantiles, y dos años después inaugurar en Jalisco, junto con el secretario de Salud José Narro, la planta más grande del mundo de fórmulas infantiles, de Nestlé, para exportar a Asia y África? Incluso, hay datos de que 60% de la producción se quedará en el país.

Tal disponibilidad, ¿refuerza las preferencias por la fórmula de las madres en los distintos contextos sociales? Pilar y Monserrat dan respuesta a nuestra inquietud sobre los desafíos en un mercado inundado de sucedáneos de la leche materna:

Las fórmulas infantiles se han constituido en productos socialmente aceptables, convenientes y equivalentes, sea por las condiciones

del trabajo materno, las dificultades propias de la lactancia, el uso rutinario de fórmulas y biberones durante la atención del parto, la desinformación médica, el prestigio social de las fórmulas, el papel del Estado y la mercadotecnia de fabricantes. Los resultados muestran que la oferta de [...] fórmula para la alimentación infantil está asegurada en el mercado nacional. El reto social de desalentar la demanda de fórmulas, mediante acciones afirmativas en favor de la [...] leche materna es enorme.

Para empezar, subrayan las investigadoras, la promoción de la lactancia materna debería convertirse en un programa prioritario, al igual que poner en práctica las directrices de la Estrategia Nacional de Lactancia Materna, y la difusión, seguimiento y verificación del Código, para sancionar a las empresas que lo incumplen, evitando que interpreten la normatividad a su conveniencia e incluso que se generen conflictos de intereses:

La presencia de destacados investigadores nacionales como conferencistas (*speakers*), en cursos de actualización organizados por empresas líderes [...] cuya participación no puede considerarse inocua; pues, aunque no están obligados a mencionar los productos, la marca es omnipresente en materiales promocionales, obsequios, constancias de asistencia y en la escenografía general, y está asociada a la nutrición infantil de calidad, basada en investigación científica y en la tradición. Son violaciones al Código de la OMS, tanto en lo referido a ofrecer incentivos a los profesionales de salud, como a la incompatibilidad de estas prácticas con los principios y objetivos del Código.

Precisamente ése es el caso de los congresos de lactancia materna patrocinados por Nestlé, que nos describe Julieta Ponce:

—Una vez al año invitaban al Auditorio Nacional a unos 10 mil médicos de manera gratuita, para luego jactarse de que invierten en la formación de 10 mil profesionales en lactancia materna. A la salida regalaban a los participantes un manual sobre lactancia materna o alimentación infantil, elaborado por la empresa, con una mochilita y material didáctico. Incluso, para mostrarse más

cercanos a la ciencia, dejaron de regalar llaveritos y empezaron obsequiar sus propios estudios. Los congresos hasta 2018 fueron inaugurados por la Secretaría de Salud, y el responsable del evento era el doctor Salvador Villalpando Carrión, quien protagonizaba un conflicto de interés inobjetable, porque era director de Gastroenterología y Nutrición del Hospital Infantil Federico Gómez y, al mismo tiempo, fungía como subdirector médico de Nestlé.

Parecería que en este panorama Nestlé tiene la respuesta. Volvamos a la inauguración a la planta más grande de sucedáneos de leche materna. No es casualidad que invierta tanto, ni que lo haga en México, ni que su planta lleve el nombre de *Nantli* (madre en náhuatl). La focalización de sus intereses se manifiesta en los discursos inaugurales, como vemos en la noticia publicada en el periódico *El Financiero*, el 6 de octubre de 2016:

Nestlé inauguró este jueves su fábrica de nutrición infantil [...] la mayor inversión que Nestlé Nutrición ha hecho en el mundo en la última década, y la más grande que la compañía haya realizado en sus 86 años de operaciones en México [...]

Freixe [jefe de la Zona Américas] destacó que México es actualmente el séptimo mercado más importante para Nestlé a nivel mundial, y que a diferencia de otros mercados en Latinoamérica, sigue creciendo.

Para adentrarnos en la concepción y trascendencia de la problemática del conflicto de interés, resulta fundamental ventilar los contrastes en las percepciones y la manera en que se gestiona. Así lo hace el doctor Villalpando:

—Yo he estado en conflicto de interés muchas veces, aunque siempre que hablo de lactancia materna digo lo que he recibido, un viaje, el patrocinio de un proyecto... Pero al final siempre pongo: “papá de cuatro, alimentados al seno materno, que están sanos”. Entonces, ¿está sesgada mi opinión de conflicto de interés?, ¿cuál es la relevancia de ponerlo? Fui subdirector médico durante cuatro años en Nestlé, y mi conflicto ahí era que les firmaba que yo nunca iba a decir ninguna marca en ninguna conferencia; mi compromiso es sólo con la ciencia y la lactancia materna. A mí lo que me da

Nestlé es el micrófono más grande para hablar de lactancia materna, que es mi tema, ante un auditorio de 15 mil profesionales de la salud. Ahí, ¿cuál es mi conflicto de interés?, ¿hablar de ciencia? Yo no tengo inconveniente. Tampoco si la industria me financia una investigación y al final del día puedo mantener la autonomía y la independencia.

El doctor Salvador Villalpando, de acuerdo con el director de El Poder del Consumidor, Alejandro Calvillo, “es la excepción que confirma la regla. Mientras una y otra vez nos topamos con profesionales de la salud que por apoyos mínimos de la industria, como el pago de gastos a congresos, reconocimientos, etc., ya no toman postura alguna que pudiera estar en contra de los intereses de esas corporaciones, el doctor Villalpando es la excepción. A pesar de que nuestra organización ha sido permanentemente atacada por estas corporaciones, él nunca se ha negado a asistir a los eventos a los que lo hemos invitado”.

Incluso, agregó Calvillo, de forma abierta Villalpando “apoyó el impuesto a las bebidas azucaradas y, más recientemente, presentó un estudio realizado en el Hospital Infantil para dar fundamento a la advertencia en los productos que contienen edulcorantes no calóricos, por representar un riesgo para los niños. En ambos casos, se trata de posturas contrarias a los intereses de Nestlé. Por eso decimos que es la excepción de la regla”.

Otra muestra que obtuvimos a través de una solicitud de acceso a la información nos permitió conocer una más de las vertientes utilizadas por Nestlé para estrechar los lazos con las autoridades de salud: el convenio de colaboración firmado en 2014 con el Hospital Infantil de México, mediante el cual la empresa se comprometió a remodelar y equipar la Unidad de Investigación en Neurodesarrollo, a cambio de que los investigadores de la unidad generaran contenidos para audiovisuales, cursos, talleres y el sitio web Stimulearn®; en este último Nestlé no desaprovechó la oportunidad del “lavado de la salud” –del que ya hemos hablado–, al exigir que la imagen y el nombre del hospital aparecieran asociados a las categorías de lácteos y fórmulas, y al obligarlo a participar en el congreso anual de la Asociación Mexicana de Pediatría, en el de la Confederación Mexicana de Pediatría y en el de Temas

Selectos de Nutrición Pediátrica de Nestlé, difundiendo el conocimiento desarrollado para la empresa, a través de conferencias o cursos y talleres cortos.

Asimismo, además de apoyar con salas de lactancia al Hospital Infantil y a otros hospitales del interior del país, Nestlé ha distribuido entre los profesionales de la salud miles de ejemplares de una guía práctica para que orienten a las mamás sobre la correcta alimentación durante los primeros mil días del bebé, información que también brinda mediante su página web. En ambas se muestra como aliado al consenso de que la leche materna debe ser exclusiva durante los primeros seis meses de vida; sin embargo para el segundo semestre, argumentando que la leche materna cubre sólo 75% de los nutrientes, recomienda sus cereales infantiles fortificados con nutrientes –y muy altos en azúcar, agregamos nosotros– como idóneos para el óptimo desarrollo del bebé, desestimulando con ello la tradicional y sana costumbre de las papillas caseras.

Los jugos también están entre sus recomendaciones. No obstante, de acuerdo con el doctor Villapando, los menores de dos años no deben consumir “las bebidas azucaradas con añadidos de alta fructosa, porque aportan una gran cantidad de calorías que se acumulan como grasa en el hígado y en el resto del cuerpo de los niños”.

Una manera más de camuflar sus intereses, que le ha redituado durante muchos años jugosas utilidades a Nestlé en nuestro país, se plasma en los materiales que ha patrocinado y con los cuales se han formado todas las generaciones de nutricionistas en México: “Las guías de recomendación del consumo de nutrientes y el sistema de equivalencias de alimentos son nuestros libros de consulta porque tenemos pocas fuentes de información. En esas guías y en el sistema de equivalencias están todos los alimentos de la industria que los patrocinó. Han sido generaciones y generaciones de nutricionistas calculando las dietas de los pacientes con base en esas equivalencias... Nada más se cuenta el tamaño de la porción... Así, un vaso de leche es equivalente a un Danonino. Eso provocó que se consumieran puras calorías”, asevera la maestra Ponce.

Al revisar *Sistema Mexicano de Alimentos Equivalentes* en su cuarta edición, encontramos en su portada que está avalado por los sellos de Fomento de Nutrición y Salud, el Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán y Ogali, Consultoría en Nutrición. En sus antecedentes, destaca que la publicación es producto de un grupo de nutriólogas del Instituto Nacional de Nutrición (1988), egresadas de la licenciatura de Nutrición y Ciencias de los Alimentos de la Universidad Iberoamericana. En el prólogo, la doctora Martha Kaufer considera: “Es un material obligado de consulta que debe ocupar un sitio especial en el librero de nutriólogos, tecnólogos en alimentos, dietistas, médicos, agrónomos, economistas e incluso profesionales de otros campos encargados de divulgar el conocimiento en materia de alimentación y de promover la dieta correcta”.

Nos cercioramos del conflicto de interés de las autoras con la industria de alimentos y bebidas, una alianza que incluso ventilan abiertamente: “La cuarta edición que se presenta ha sido modificada y las novedades principales incluyen: un mayor número de alimentos calculados, se han incluido alimentos industrializados que las empresas han solicitado su publicación”, entre ellos, refrescos, jugos, botanas e incluso leche condensada, por mencionar sólo algunos.

Revisando la tercera edición encontramos una evidencia aún más indignante de conflicto de interés: “Equivalentes por ración, aporte nutrimental por nutrimentos en cantidades de buena fuente de los productos Nestlé”. Una vez más constatamos cómo se imponen los intereses comerciales a los de la salud. ¿Ingenuidad o descaro?

No podemos obviar la diseminación de los productos Nestlé en la Cruzada Nacional Contra el Hambre (2013-2018) ni “Mi dulce negocio”, que en realidad resultaba empalagoso. Además de ser apoyado con subsidio federal, varios de sus productos eran los ingredientes básicos de los postres con los cuales enseñaba a las mujeres a prepararlos, a fin de que ellas transmitieran ese conocimiento a otras y así, en una estructura piramidal, casa por casa, muy dulcemente se fue propagando el germen de la diabetes y la obesidad.

INDÍGENAS EN LA MIRA

Podríamos llenar páginas y páginas sobre la multiplicidad de estrategias que ha empleado Nestlé para tender fuertes lazos dentro de la salud y la nutrición, a fin de incidir en las políticas públicas, ya sea elaborando fuentes de consulta; financiando la capacitación en lactancia materna; interviniendo en el diseño de planes de estudio; organizando congresos; invirtiendo en la actualización de los profesionales de salud –en 2017 anunciaron una inversión de 50 millones de pesos en educación para médicos en nutrición infantil–; realizando donaciones o promoviendo convenios para la construcción de instalaciones, remodelaciones y equipamiento, a cambio de trabajo académico, de investigación y de un largo, largo etcétera.

Nestlé tampoco cesa en su empeño de seguir presente en los hospitales, la academia y entre los investigadores, violando el Código de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna, cuya aplicación, según el doctor Marcos Arana Cedeño, investigador del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán, ha sido muy laxa desde que Julio Frenk fue secretario de Salud (2000-2006).

La empresa, enumera el doctor Arana, “ha registrado en sus informes la capacitación de miles de médicos, ha utilizado a muchos pediatras a quienes no les interesó promover ese tipo de lactancia, ha organizado congresos e incluso ha financiado hasta mi propio instituto; ahí tienes el Premio Nestlé, el Premio Coca-Cola a la investigación y hoy además patrocina lactarios. El conflicto de interés ha sido y es enorme. Simplemente en el sexenio pasado el subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud, Pablo Kuri Morales, era totalmente parte de la gente de la industria y José Narro también terminó en eso; por eso se ha mantenido un discurso a favor del código, sin hacer nada realmente por instrumentarlo”.

Las compañías han dicho que lo van a acatar, explica el también integrante del Consejo Global de la Red Internacional de Grupos pro Alimentación Infantil (IBFAN, por sus siglas en inglés), aunque lo cierto es que han desarrollado mecanismos de promoción comercial que no existían en 1981, cuando fue adoptado el Código de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna.

Entre estos mecanismos están las ofertas y la promoción cruzada, que consiste en incluir fórmulas infantiles en un conjunto de productos de la misma marca, con imágenes, logotipos, etiquetas y diseños de envases similares para promoverlas indirectamente.

En los últimos tiempos la preocupación mayor de Marcos Arana se centra en las comunidades indígenas, “que ahora son el blanco de Nestlé. Esta empresa hace mucha publicidad cruzada con varios de sus otros productos, pero además ha hecho cosas nada éticas. En 2017, tras la emergencia provocada por el sismo, donó leche a punto de caducar o ya caducada a comunidades indígenas de Chiapas, Morelos, Oaxaca y otros lugares, afectando la lactancia materna y trastocando la alimentación que los niños recibían. Hubo una queja formal de la IBFAN y de muchas otras organizaciones académicas contra el secretario de Salud –José Narro– por haber sido omiso al enorme riesgo que esto significaba, dada la falta de agua pura y combustible. Fue criminal y no hay otra forma de explicarlo, más que por el enorme conflicto de interés”.

La donación de sucedáneos de la leche materna está prohibida, aunque el doctor Arana asegura que Pablo Kuri firmó un decreto en el cual esta prohibición no aplica en las emergencias. De ahí el oportunismo de aprovechar la pandemia del coronavirus para lanzar la campaña en la que Nestlé, en alianza con FEMSA, a través sus farmacias YZA, solicitó al público aportaciones económicas, a fin de que ambas empresas donaran fórmulas de leche materna a bebés y niños de comunidades indígenas de Veracruz y el sureste de México. “Aprovechar la pandemia de Covid-19 no sólo constituye una violación al código, sino también un acto doloso que pone en riesgo la salud de los pequeños”. Incluso esto raya en el cinismo porque, al ser dinero aportado por la gente, no es una donación; están haciendo caravanas con sombrero ajeno.

Ambas empresas se proponen “regalar” la fórmula que se llama Nidal, “un sucedáneo elaborado por Nestlé que tiene una presentación de 250 gramos, en un sobre que ni siquiera está aluminizado y no es resellable. Obviamente es más barata y una vez abierta se contamina. Está destinada a los pobres, porque no pueden comprar las fórmulas de 300 pesos que ostentan todas esas declaraciones de *saludables*, que son totalmente mentirosas y

magnificadas. Ésa es la que están promoviendo para *donar* a las comunidades indígenas de Chiapas y Veracruz ante la emergencia del Covid”, objeta el doctor Arana, director del Centro de Capacitación en Ecología y Salud para Campesinos, en Chiapas. Si en condiciones normales las leches artificiales causan un daño considerable en la población infantil, imaginemos sus efectos en la población indígena durante la pandemia.

En las comunidades indígenas “que ahora son el blanco de Nestlé –reitera el especialista–, uno pensaría que las mujeres amamantan y lo hacen de manera exclusiva, aunque en un estudio que hicimos con 2,300 mujeres indígenas en 22 municipios de los Altos de Chiapas, encontramos que 79% de ellas iniciaban la lactancia materna, pero no exclusiva, porque las compañías han hecho promoción de una cantidad enorme de productos”. Entre los ejemplos que refiere destacan que 15% de los menores de seis meses, que sólo deberían tomar leche materna, recibía otros tipos de leche y de ellos, 3% bebía refrescos y jugos procesados, a veces en biberón.

Asimismo, el estudio consignó que 20% utilizaron fórmula: “Son los niños nacidos en hospitales y aunque no se reparten muestras de sucedáneos infantiles, las rutinas médicas de atención del parto de las madres, el altísimo porcentaje de cesáreas y la separación de sus mamás distorsionan la forma en que los niños son alimentados durante los primeros meses de vida”. En el segundo año de vida la lactancia se reduce a 20%, y en contraste, ya la tercera parte de los niños (hablamos de uno a dos años), “una etapa muy crucial, están consumiendo bebidas azucaradas de manera regular, lo cual es una barbaridad, un desastre. Ahí las autoridades de salud ya tendrían que normar sobre todo esto”.

Al preguntarle sobre los costos en salud y el gasto para estas familias derivados del uso de fórmulas infantiles, el doctor Arana nos remitió a una iniciativa mundial acerca de las tendencias de la lactancia materna que presentó México en 2015, pues los datos prácticamente no han variado. En ella se asienta:

En México, tres de cada cuatro fallecimientos de recién nacidos se producen en la primera semana de vida, muertes evitables si las madres hubieran amamantado a los pequeños.

[...] Las prácticas de lactancia materna en el sector rural disminuyeron de 36.9% a 18.5%, es decir, las tasas disminuyeron en un 50%. [...] El aumento del uso innecesario de las fórmulas conduce a un gasto significativo para las familias, tanto por el costo en el producto como en enfermedades resultantes. En nuestro país una familia gasta aproximadamente de \$700 a \$1 mil 700 pesos al mes (equivalente al 36% – 87% del ingreso total de un trabajador/a con un salario mínimo), dependiendo de la edad y tipo de fórmula. Estos costos resultan elevados para las familias que cuentan con menos recursos, como es el caso del sector rural.

Se ha visto que las fórmulas, además de ser costosas, no son el alimento ideal para los bebés, ya que no proporcionan los nutrientes adecuados ni el sistema de defensas que proporciona la leche materna, dejándolos vulnerables a infecciones.

Si bien el etiquetado de los sucedáneos expone la superioridad de la leche materna, no advierte claramente sobre los riesgos de la alimentación artificial, mayor probabilidad de muerte y de adquirir infecciones respiratorias, dermatitis, diabetes y obesidad, entre otras enfermedades.

Al respecto, al doctor Marcos Arana le parece inaudito que en el nuevo etiquetado no estén incorporadas las fórmulas infantiles. No tendrán el sello de alto contenido de azúcar en sus distintas presentaciones, “a pesar de todas las consecuencias negativas que esto implica para los pequeños. Deberían tener los sellos y sería muy bueno dilucidar por qué se aceptó esto. No encuentro otra explicación más que presiones de las corporaciones”. Incluso, el doctor Arana llegó a pensar que la Fundación Mexicana para la Salud (Funsalud) había metido su mano en esto, porque esta fundación financiada por Nestlé “ha generado unos conflictos de interés tremendos”.

Luego supimos que las fórmulas se rigen con la NOM 131, no con la 051 del nuevo etiquetado.

Precisamente ahora vamos a ocuparnos de ella. El Fondo Nestlé para la Nutrición es el órgano de la Funsalud, la cual se creó en 1985 como una institución privada al servicio de la comunidad. Entre sus demás asociados están las farmacéuticas transnacionales

Bayer, GlaxoSmithKline, Sanfer, MSD y Pfizer, distribuidores de medicamentos, hospitales privados, Bacardí, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, PepsiCo y Televisa.

Desde su creación Funsalud se ha vinculado estrechamente con distintas instancias del gobierno, en especial los institutos nacionales de Nutrición, Medicina Genómica y de Cancerología, la Secretaría de Salud y la Universidad Nacional Autónoma de México y reconoce estar “regida por un estricto sentido de colaboración, autonomía y respeto mutuo, anteponiendo siempre el interés colectivo y la salud”. No obstante, a lo largo de estos 35 años aún no ha logrado priorizar la salud de los mexicanos sobre los intereses económicos de la empresa que la financia en mayor medida.

En su página web la fundación declara haber movilizado 100 millones de dólares en favor de la salud de los mexicanos y contar en este ámbito con más de 300 publicaciones de alto nivel académico. Además del Fondo Nestlé para la Nutrición, cuenta con cuatro consejos promotores que realizan investigaciones “en cuestiones clave para la contribución en la formulación, instrumentación y seguimiento de políticas públicas en salud y del sector social”.

De esta manera impulsa: evaluaciones para proponer políticas públicas y empresariales, a fin de lograr sistemas de salud más eficaces y eficientes, desde luego en el marco de la competitividad y desde la perspectiva empresarial, destacando el aseguramiento de los sistemas de prepago; la búsqueda de las mejores alternativas para el fortalecimiento de la calidad en los servicios y sistemas de salud, así como el análisis de información, generación de conocimientos y elaboración de propuestas sobre hábitos y estilos de vida saludables, con el propósito de apoyar la generación o reforzamiento de políticas públicas.

En otros casos, ha promovido el uso de mensajes de teléfono celular para mejorar la adherencia médica de pacientes con sobrepeso, obesidad y diabetes, a fin de reforzar estilos de vida saludables, proyecto por el cual el Hospital Infantil de México recibió 452 mil 226 pesos del Banco Interamericano de Desarrollo para preparar contenidos ex profeso, a través de un contrato de servicios de consultoría con Funsalud, que se quedaría con la propiedad

de los materiales, según constatamos en la solicitud de acceso a la información que llevamos a cabo.

Despierta nuestra suspicacia el que Funsalud se proponga como misión “velar por la nutrición y salud de los mexicanos contribuyendo al debate y proponiendo iniciativas de solución a problemas de malnutrición y enfermedades metabólicas mediante esfuerzos coordinados”.

Pero nuestra desconfianza se agudiza cuando se plantea como objetivo “proveer soluciones pragmáticas, dar insumos para emitir políticas públicas en salud y nutrición del país a través del fortalecimiento de la investigación basada en evidencia científica a los problemas de nutrición de México (Desnutrición / Obesidad)”, ya que existe considerable evidencia científica acerca del peso del entorno obesogénico en la obesidad y, pese a ello (¿o precisamente por eso?), hasta ahora sus investigaciones no han aportado soluciones al respecto, lo que devela conflictos de interés.

Por cierto, otra asociación filantrópica que al igual que Funsalud busca “soluciones pragmáticas” y “dar insumos para emitir políticas en salud y nutrición” es la Fundación Carlos Slim. Así lo demostraron ambas en el papel que cumplieron dentro del Observatorio Mexicano de Enfermedades no Transmisibles (OMENT).

Al mencionar a esta última, el doctor Mauricio Hernández se quejó: “No está en pro de la salud pública, porque si estuviera realmente preocupada por la salud de los mexicanos debería haber hecho pública la información acerca de la gran problemática en torno a la diabetes. Lo que hizo [en el OMENT] fue acumular los datos y usarlos para su propia inteligencia. Pero ahora en los diferentes foros la Fundación Carso se presenta como una gran benefactora que, gracias a su intervención digital, hoy en México los pacientes tienen mayor acceso a que se les mida la hemoglobina glicosilada, un indicador de control de azúcar en la sangre. ¿Qué beneficio trajo eso a los pacientes? Ninguno. Desde mi punto de vista, esta fundación debió alertar sobre la falta de control que encontró, de cómo los pacientes no regresan al tratamiento y todos los problemas de calidad”.

Nos acercamos a Ernestina Polo Oteyza, coordinadora del Fondo Nestlé para la Nutrición de Funsalud, para conocer su opinión sobre el conflicto de interés. Ella considera que éste “se da

cuando no se es transparente. Todo mundo tenemos intereses y hay conflicto de interés de muchos tipos, la bronca es no transparitarlo. Puede haber recurso del campo privado, que viene de la industria, la cosa es cómo lo utilizas, cómo lo canalizas y [hacerlo] con transparencia”.

“Yo no trabajo ni hablo por la industria, las respuestas que les puedo dar son como nutrióloga y por el camino recorrido de haber sido funcionaria en un momento, académica en otro, y ahora estar trabajando en Funsalud”, advierte en entrevista la maestra Polo Oteyza, quien ha coordinado programas públicos de orientación alimentaria en el Instituto Nacional del Consumidor, en la Secretaría de Salud y en el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia.

Ernestina Polo, además de ser docente de nutrición comunitaria y políticas de alimentación y nutrición en la Universidad Iberoamericana y en la Escuela de Dietética y Nutrición del ISSSTE, agrega: “En Funsalud lo que hacemos es organizar y ordenar a las personas que saben los temas, elaborar preguntas relevantes para poder acercarnos a construir algo que pueda ser útil para avanzar específicamente en el tema de alimentación y nutrición”.

Acerca del impacto del impuesto a las bebidas azucaradas y la propuesta del nuevo etiquetado, la maestra Polo se muestra reticente: “Me gustaría saber si de veras estamos consumiendo menos refrescos. ¿Dónde está el dato de que se consume menos? El único dato que tenemos es que la situación no ha mejorado, puede estar hasta peor”.

No es por contradecirla, pero ese dato sí existe y se publicó en el *British Medical Journal*, unas semanas después de la entrevista que tuvimos con Ernestina Polo. Sí se ha producido una caída importante en el consumo de refrescos entre trabajadores de la salud en México, conforme a una investigación en la que se evalúa el impuesto.

El estudio, realizado por un equipo de investigadores del INSP, la UNAM, el IMSS, la Universidad de Carolina del Norte y la Universidad Georgetown de Washington, descubrió que tres años después de empezar a aplicarse el impuesto, la probabilidad de convertirse en no consumidor aumentó en 4.7 puntos porcentuales, en tanto que la de ser un consumidor bajo creció en 8.3 puntos

porcentuales. En contraste, la probabilidad de estar en los niveles medio y alto de consumo de refrescos disminuyó en 6.8 y 6.1 puntos porcentuales, respectivamente.

El equipo de investigación se basó en tres series de datos (dos obtenidos antes del impuesto y otra después del mismo) sobre el consumo de refrescos en un grupo de 1,770 adultos, que participaron en un estudio de cohorte de trabajadores de la salud y sus familias en Morelos, México, de 2004 a 2018. Al ser una cohorte de trabajadores de la salud, “los resultados no pueden extrapolarse a la población mexicana, pero sugieren que tres años después de la implementación, el impuesto ha ayudado a aumentar la proporción de personas que no consumen bebidas gaseosas, mientras disminuye la proporción de consumidores altos y medianos”.

En síntesis, entre sus conclusiones los investigadores destacan que los impuestos a las bebidas azucaradas son un medio eficaz para disuadir el consumo, e incluso sugieren que incrementos al impuesto “podrían alentar nuevas reducciones en los muy altos niveles de consumo en México”.

Estos nuevos hallazgos confirman los resultados alentadores del primer artículo sobre los efectos de los impuestos a los refrescos, publicado en 2016 por investigadores sin conflicto de interés, también en el *British Medical Journal*.

En contraste, tanto en el caso del impuesto a los refrescos como en el del nuevo etiquetado, Ernestina Polo opina que “las cosas suenan muy bonitas en el papel”, aunque a ella le parece “un desperdicio de acción”.

Sin embargo, el etiquetado de advertencia que apenas está por comenzar a aplicarse en México retomó la experiencia chilena, donde ya no sólo se escucha bien en el papel sino también en los resultados. En efecto, a tres años de su implementación en Chile, un estudio realizado por expertos de varias naciones reportó que, contrario a los temores expresados por la industria alimentaria de aquel país (y con ecos en el nuestro), ni el empleo ni los salarios sufrieron repercusiones negativas.

Además, de acuerdo con un informe dado a conocer en julio de 2018 por el Ministerio de Salud de ese país, entre los resultados se encuentran:

- Disminuyó 14% la compra de cereales para desayuno
- La compra de bebidas azucaradas se redujo 25%
- Se compraron 17% menos de postres envasados
- La exposición de publicidad de alimentos en preescolares y adolescentes registró una reducción promedio de entre 46 y 62%
- Se reportó que 90% de las madres de preescolares entienden y valoran positivamente los sellos de advertencia
- Las madres de los niños evaluados mejoraron 30% en la identificación de alimentos saludables
- Se observó una reducción promedio de 25% de azúcares en las categorías de alimentos estudiadas, y
- Se comprobó una disminución promedio de entre 5 y 10% de sodio en las categorías de alimentos analizadas.

Como contraparte, la coordinadora del Fondo Nestlé para la Nutrición opone su inclinación a la industria: “Yo creo que la industria ha respondido desde hace mucho tiempo, ha ampliado los portafolios, se ha diversificado y hoy tenemos una gran variedad de cosas para escoger. Tampoco sé cómo estamos en la sociedad para responder a eso, es muy complicado escoger. También ha hecho un gran esfuerzo de reformulación fuertísimo, de las grasas trans, del sodio, incluso del azúcar”.

Quizás donde mejor se trasluce su conflicto de interés es en su opinión sobre la obesidad: “Entiendo que el tema de la obesidad vende mucho. Hay mucha controversia, está muy polarizado y eso puede reflejar a lo mejor una falta de línea. Y es necesario trabajo para ponernos de acuerdo. La industria participa porque existe, vende cosas, no se le puede obviar. La obesidad tiene que ver con decisiones de alto nivel, con asumir compromisos y objetivos muy claros. La aportación mía, de mi grupo, del Fondo Nestlé para la Nutrición y de Funsalud son modelos de trabajo que sí se pueden hacer”.

Se refiere a las publicaciones *Qué y cómo comemos los mexicanos* –en la que en 2015 participaron autores del Grupo Nestlé México, Fondo Nestlé para la Nutrición, Instituto Nacional de Salud Pública, Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo

y Funsalud-, y *Un programa para incrementar la actividad física y mejorar la salud de los escolares mexicanos* (2017), con la colaboración de especialistas de varias dependencias, de las facultades de Medicina y Psicología de la UNAM, del Instituto Nacional de Medicina Genómica, de la Secretaría de Educación del Estado de México y del Centro Deportivo Chapultepec, además del Fondo y Funsalud.

Para Ernestina Polo ambos libros demuestran “que se pueden construir plataformas de trabajo conjunto. Ése es mi éxito. No estamos descubriendo el hilo negro, ni diciendo que vamos a cambiar la obesidad en el mundo”.

KELLOGG’S TRAS BAMBALINAS

Como hemos podido corroborar, abundan las evidencias sobre los artificios que han empleado empresas como Coca-Cola y Nestlé dentro de sus estrategias de responsabilidad social para mantener su imagen en pro de la salud y el bienestar de los mexicanos, aun valiéndose de la ciencia y la tecnología. Kellogg’s no se queda atrás en responsabilidad social, pues sigue las pautas enunciadas por Marion Nestle: “Nutrir con nuestros alimentos”; “Alimentar a quienes más lo necesitan” –donando porciones a personas de comunidades vulnerables, desayunos escolares y apoyando en situaciones de desastre-; “Contribuir al planeta” –apoyando a agricultores con “prácticas agrónomicamente sustentables”, reutilizando 100% del agua que emplean-, y financiando proyectos de investigación a través del Instituto de Nutrición y Salud Kellogg’s.

Por ello, aquí sólo nos limitaremos a tratar lo concerniente a su apoyo a la investigación, a través del Instituto de Nutrición y Salud Kellogg’s, que se fundó en México en 2006 “para contribuir con la educación en nutrición y la promoción de la salud ante los grandes retos de salud pública [...], lo realizamos mediante la generación de conocimiento, la actualización de profesionales de salud y la difusión de información basada en evidencia”, expone en su página de internet.

A través de una solicitud de acceso a la información, supimos que el Instituto de Nutrición y Salud Kellogg’s asignó más

de 623 mil pesos al Hospital Infantil de México para apoyar la realización del proyecto del doctor Samuel Flores Huerta, que ganó la Convocatoria de Apoyo a Proyectos de Investigación en Nutrición 2013. En el convenio se estipuló que el instituto se comprometía a “recibir y revisar para efectos de su aceptación o denegación, los reportes que resulten del proyecto realizado por el [Hospital Infantil] y notificarle las deficiencias detectadas para su corrección”, condición que debería ser inaceptable para cualquier investigador independiente.

A todo lector le quedará claro por qué decimos que nos parece inaceptable una condición de ese tipo, luego de conocer la increíble y triste historia de una cándida investigadora y un instituto desalmado. Dejemos que sea la doctora Ericka Escalante, su protagonista, quien nos la relate:

—Soy psicóloga de profesión, pero por azares del destino acabé en la nutrición. Llevo 20 años trabajando el tema de factores psicosociales relacionados con la alimentación y la nutrición. Siempre tratando de hacer investigación, no desde el aspecto clínico, sino desde el poblacional y comunitario. Comencé como cualquier estudiante recién egresado, haciendo trabajo de campo con los grandes investigadores y después como colaboradora. Tuve la fortuna de que me formaran muy bien y aprendí a pedir financiamientos para proyectos. Logré ganar un financiamiento, mientras trabajaba en la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México. Estaba emocionadísima porque nunca nadie me había dado dinero para hacer yo sola mi investigación.

—En el campo de la alimentación y la nutrición, y de la ciencia en general, la industria busca proyectar una imagen favorable al financiar investigaciones, aunque el hecho de que participes no necesariamente implica un conflicto de intereses, ¿no crees? —planteamos.

—Pensaba que no era la industria, sino el Instituto de Nutrición y Salud Kellogg’s, que se dedica a financiar proyectos de investigación y a difundir los resultados como parte del apoyo a la ciencia y a la investigación de Kellogg’s. Era una pequeña asociación, como las tienen otras empresas, y tenía mucha relación con Funsalud. La verdad es que estaba muy contenta cuando me dieron

el dinero. El tema del proyecto era sobre prevención de obesidad infantil. Imagínense, Kellogg's financiando este tipo de proyecto.

Además de Kellogg's –nos explica Ericka–, el proyecto también fue apoyado por el Conacyt y por Fomento de Investigación y Cultura Superior (FICSAC), una asociación sin fines de lucro que promueve e impulsa el fortalecimiento de la educación superior en México. La Universidad Iberoamericana es el único medio para cumplir tales fines, porque es un fondo que tiene la universidad jesuita para apoyar la investigación. Su proyecto –*Determinantes psicosociales y culturales relacionados a hábitos alimentarios y desarrollo de obesidad infantil en familias marginadas de la Ciudad de México*– fue uno de los ganadores de la quinta edición de Apoyo a Proyectos de Investigación en Nutrición 2013.

“El proyecto terminó siendo un diagnóstico y la elaboración del manual *Exploradores de comida, Taller*”, una herramienta para que facilitadores comunitarios puedan trabajar “el tema de la alimentación como un proceso complejo que va más allá de saciar las necesidades nutrimentales de nuestro cuerpo, [pues] responde a necesidades emocionales, sociales y culturales [...], un espacio donde informarse, reflexionar y experimentar la alimentación en todas sus dimensiones”, nos ilustró Ericka.

Reconoce que Kellogg's nunca se metió con los fondos que le dieron para terminar el proyecto, ni condicionaron nada ni tampoco los resultados de la investigación. Todo iba muy bien hasta que le pidieron el documento final para ver cómo lo podían difundir; incluso le ofrecieron un poquito más de dinero, a fin de que el manual contara con una plataforma electrónica para su mayor difusión.

–Muy emocionada, les entregué el manual. Era la primera versión de *Exploradores de comida*. Lo revisaron y encontraron que como parte de una de las estrategias para enseñar a los niños a identificar publicidad engañosa estaba Melvin, la imagen de Choco Krispis. Me dijeron que eso era muy serio y que no podía utilizarla porque tiene derechos registrados; además, “le estás diciendo a los niños que nuestro producto no es bueno”. Les respondí: “Es que tu producto no es bueno, pero voy a quitar a tu elefante porque está registrado; voy a buscar otro elefante y a ponerlo, porque es lo

que yo quiero comunicar”. Les entregué la nueva versión con otra imagen, e insistieron en que quitara ya no solamente el elefantito, sino la actividad de identificación de publicidad engañosa. Definitivamente no las quité. “Entonces –adujeron–, no te podemos financiar la siguiente parte de hacerlo en redes”. Sí, me quitaron parte de los fondos... Sufrí, pero recurrí a lo que tenía del Conacyt y de FICSAC y pude terminar mi proyecto. Después me volvieron a llamar para una reunión de los ganadores anteriores y decidí que ya no quería jugar con ellos –concluyó Ericka.

En el escenario público, Kellogg's y su instituto actúan en pro de la prevención y control de los problemas de alimentación, e incluso proclaman que difunden información basada en evidencia científica para promover la educación nutricional entre la población en general. Tras bambalinas socavan proyectos como el de Ericka, que repercuten directamente en beneficio de nuestra salud. A su lema (“Somos una empresa líder en alimentos con espíritu y corazón”) por lo visto le hace falta que su espíritu sea autocrítico y que su corazón tenga rostro humano.

Desde luego que existen otras grandes empresas de la industria de bebidas y alimentos, como Bimbo, Danone, Lala, Pepsi-Co y demás, que han aprendido muy bien el caminito para instrumentar sus objetivos de responsabilidad social, dentro del mismo esquema de metas estratégicas: la promoción de la salud, la inversión en las comunidades, el apoyo a causas dignas y la protección al medio ambiente.

Varias de ellas crearon sus fundaciones e institutos –que aparte de realizar sus propios estudios financian investigaciones a modo–, como parte de sus estrategias de penetración en las instituciones de salud, educación y ciencia, a fin de interferir en las decisiones de política pública, desviar la atención de los daños que provocan y, a la vez, reforzar el posicionamiento de su imagen como aliados de la salud y el bienestar de los mexicanos.

En fin, podríamos seguir la pista de cada una de ellas y hacer su retrato, más allá de este boceto, pero consideramos que todas han adoptado el mismo modelo desarrollado con tanto éxito en nuestro país por Coca-Cola y Nestlé, y además emprender esta tarea también implicaría dedicarle un volumen aparte.

RECUADRO 06

**SALUD POR LA CIENCIA
Y LA NUTRICIÓN**

No tiene límites la creatividad de la industria, y a veces tampoco de la comunidad científica. En octubre de 2018 Forbes México daba cuenta de algo que parecería broma. Advertía a sus lectores la autora de la nota que hablaría “sobre un tema que es de suma importancia para la rama científica” (y claro está, para la industria cervecera mexicana). ¿Nos iba a revelar los misterios de la materia oscura o algo por el estilo?

Quizá algo parecido, según su entendimiento: se trataba de dar a conocer la convocatoria de la quinta entrega del premio “Fomento a la investigación”, organizado por el Consejo de Investigación sobre Salud y Cerveza de México, presidido por Juan Ramón de la Fuente, y en cuyo comité estaban, entre otros, los doctores David Kershenobich, director general del Instituto Nacional de la Nutrición. “Todos con la esperanza de que en México siga desarrollándose la ciencia”, decía el comunicado de dicho consejo.

La autora de tamaña revelación científica informaba que el trabajo del Consejo de Salud y Cerveza es muestra de que “unir los esfuerzos de los sectores privado, académico y público trae grandes virtudes”.

Poco antes Forbes México explicaba que esta iniciativa permitiría “entender mejor las interacciones entre el consumo de cerveza y la salud humana”. Terminaba por aclarar que los cerveceros de México estaban muy interesados en “promover la investigación sobre las propiedades nutricionales que ofrece el consumo moderado de cerveza”.

Cabe aclarar que no estamos en contra del consumo moderado de las bebidas alcohólicas y no somos puritanos, pero de eso a tratar de incentivar su consumo investigando sus beneficios a la salud, hay un trecho. Tal vez si el pre-

mio lo convocara un centro de investigación independiente de la industria, podríamos decir “salud” con ellos. De otro modo, todo apunta a una intención más mercadotécnica que científica.

Hay que tomar en cuenta, nos hizo notar Alejandro Calvillo, que México no tiene aún un plan nacional sobre consumo de alcohol, que hoy es un problema creciente entre los niños, especialmente entre las niñas. La relación que han tejido las empresas de bebidas alcohólicas con los políticos ha protegido a la industria cervecera para evitar las regulaciones que de forma efectiva se establecen en otros países. Calvillo conoce a fondo esta red de poder: “El padre del ex secretario de Salud Salomón Chertorivski, uno de los directivos más exitosos de Bacardí, fue quien inició esta relación profunda entre esa industria y el poder político, a la vez que fundó ConMéxico, el cual se convertiría no sólo en el principal obstáculo para la regulación de la comida chatarra y las bebidas azucaradas, sino también del alcohol. De igual forma, durante muchos años ConMéxico fue el principal cabildero de la industria del tabaco”.

Fuentes consultadas

- Nestle, Marion (2015). *Soda Politics: Taking On Big Soda (and Winning)*. Nueva York: Oxford University Press.
- Coca-Cola México. (2020, 3 de marzo). Coca-Cola: Orgullosamente femenina desde 1886. Coca-Cola Journey. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/historias/coca-cola-y-las-mujeres, consultado 20 de marzo 2020.
- Coca-Cola México. ¿Quieres conocer más sobre nosotros? Coca-Cola Journey. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/contacto, consultado 20 de marzo 2020.
- Fundación Coca-Cola México. (2018, 7 de marzo). La historia de Fundación Coca-Cola en 20 años. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/historias/historia-de-fundacion-coca-cola-en-20-anos, consultado 20 de marzo 2020.
- Fundación Coca-Cola México. (2018, 24 de octubre). Fundación Coca-Cola desde su interior. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/historias/fundacion-coca-cola-desde-su-interior, consultado 20 de marzo 2020.
- Coca-Cola México. (2019, 3 de mayo). ¡Coca-Cola sin azúcar es para todos! Conoce nuestro manifiesto a favor de que todos la prueben. Coca-Cola Journey. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/nuestras-marcas/coca-cola/coca-cola-sin-azucar/manifiesto-coca-cola-sin-azucar, consultado 20 de marzo, 2020.
- Coca-Cola México. (2016, 20 de enero). Cinco sencillas claves para entender el balance energético. Coca-Cola Journey. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/historias/cinco-sencillas-claves-para-entender-el-balance-energetico, consultado 20 de marzo 2020.
- Coca-Cola México. (2018, 24 de julio). Mitos de la hidratación: ¡derrribados! Coca-Cola Journey. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/historias/mitos-de-la-hidratacion-derrribados, consultado 20 de marzo 2020.
- Coca-Cola México. (2019, 5 de noviembre). ¿Sabes cuántos líquidos podemos perder a diario? Coca-Cola Journey. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/packages/cuantos-liquidos-podemos-perder-a-diario, consultado 20 de marzo 2020.
- Coca-Cola México. (2016, 5 de mayo). "Adopta el ejercicio como parte de una vida saludable. Coca-Cola Journey. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/historias/adopta-el-ejercicio-como-parte-de-una-vida-saludable, consultado 20 de marzo 2020.
- Coca-Cola México. (2012, 30 de noviembre). Coca-Cola ante el reto de la obesidad. Coca-Cola Journey. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/sala-de-prensa/sala-prensa/coca-cola-ante-el-reto-de-la-obesidad, consultado 20 de marzo 2020.
- Coca-Cola México. (2016, 22 de marzo). ¡No te quedes sentado! 11 actividades físicas para decirle adiós al sedentarismo. Coca-Cola Journey. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/historias/no-te-quedes-sentado-11-actividades-fisicas-para-decirle-adi-s-al-sedentarismo, consultado 20 de marzo 2020.
- Ochoa, Raúl. (6 de noviembre 2016). Ponte al 100, fracaso que se niega a morir. *Proceso*. Disponible en: www.proceso.com.mx/461371/ponte-al-100-fracaso-se-niega-a-morir, consultado 15 de marzo 2020.
- Coca-Cola México. (2014, 27 de mayo). Inicia operaciones en México el Instituto de Bebidas para la Salud y el Bienestar de Coca-Cola. Coca-Cola Journey. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/sala-de-prensa/Comunicados/inicia-operaciones-en-m-xico-el-instituto-de-bebidas-para-la-salud-y-el-bienestar-de-coca-cola, consultado 20 de marzo 2020.
- Coca-Cola México. (2015, 6 de diciembre). Todo lo que necesitas saber sobre la hidratación vive en un libro, descúbrelo. Coca-Cola Journey. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/historias/todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-la-hidratacion-vive-en-un-libro-descubrelo, consultado 20 de marzo 2020.
- Calvillo, Alejandro y Székely, Ágata (2018). *La trama oculta de la epidemia, obesidad, industria alimentaria y conflicto de interés*. México: El Poder del Consumidor. Disponible en: <https://elpoderdelconsumidor.org/wp-content/uploads/2018/02/la-trama-oculta-d-la-epidemia-obesidad-2018.pdf>, consultado 25 de octubre, 2019.
- Coca-Cola México. (2019, 30 de septiembre). ¡También apoyamos la investigación biomédica! Todo sobre el Premio Rubén Lisker. Coca-Cola Journey. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/historias/Premio-Lisker, consultado 20 de marzo 2020.

- NTR periodismo crítico. (2012, 13 de diciembre). Rechazan que impuesto a refrescos sea solución a enfermedades. Disponible en: <http://ntrzacatecas.com/2012/12/13/rechazan-que-impuesto-a-refrescos-sea-solucion-a-enfermedades/>, consultado 18 de marzo 2020.
- Machorro, Juan Carlos. (2016, 19 de octubre). Realizan la 24 Caminata Nacional del Paciente con Diabetes y 10^a de Hipertensión Arterial. *Mi ambiente*. Disponible en: www.miambiente.com.mx/vida-sana/realizan-la-24-caminata-nacional-del-paciente-con-diabetes-y-10-a-de-hipertension-arterial/, consultado 18 de marzo 2020.
- ExpokNews. (2011, 18 de febrero). Doce reconocidas personalidades forman el nuevo Consejo de la Fundación Coca-Cola de México. Disponible en: www.expoknews.com/doce-reconocidas-personalidades-forman-el-nuevo-consejo-de-la-fundacion-coca-cola-de-mexico/, consultado 17 de abril 2020.
- Fundación Coca-Cola México. (2019). Consejo. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/historias/consejo-fundacion-coca-cola, consultado 26 de agosto 2019.
- Inversión con responsabilidad social. (2017, 8 de junio). Coca-Cola Journey. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/historias/inversion-con-responsabilidad-social, consultado 20 de marzo 2020.
- Dabdoub, Alejandro. (2017, 27 de marzo). "Queremos que la comunidad se convierta en guardián del bosque". La directora de la Fundación Coca-Cola México, Vivian Alegria, habla sobre los proyectos para mejorar la distribución de agua. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/internacional/2017/03/21/mexico/1490121375_356340.html?id_externo_rsoc=TW_AM_CM, consultado 13 de marzo, 2020.
- Coca-Cola México. (2019, 23 de diciembre). 2019: un año de evolución y desarrollo en México Coca-Cola Journey. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/sala-de-prensa/Comunicados/2019-un-año-de-evolucion, consultado 13 de marzo 2020.
- Delgado Ramos, Gian Carlo, et al. (2014) *Apropiación de agua, medio ambiente y obesidad: los impactos del negocio de bebidas embotelladas en México*. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM. Disponible en: <http://computo.ceiich.unam.mx/webceiich/docs/libro/Apropiacion%20de%20agua.pdf>, consultado 9 de febrero, 2020.
- Macdonald, Christine (2018, 31 de mayo). How Coke Spun the Public on its Water Use. Type Investigations, Formerly The Investigative Fund. Disponible en: www.typeinvestigations.org/investigation/2018/05/31/coke-spun-public-water-use/, consultado 14 de marzo, 2020.
- Delgado Ramos, Gian Carlo, et al. (2014) *Apropiación de agua, medio ambiente y obesidad: los impactos del negocio de bebidas embotelladas en México*. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM. Disponible en: <http://computo.ceiich.unam.mx/webceiich/docs/libro/Apropiacion%20de%20agua.pdf>, consultado 9 de febrero 2020.
- Martínez Escamilla, Alberto. (2019, 11 de octubre). Nestlé refrenda su compromiso con la sociedad y el planeta. *Mundo Ejecutivo*. Disponible en: <https://mundoejecutivo.com.mx/pymes/empresas/2019/10/11/nestle-refrenda-su-compromiso-con-la-sociedad-y-el-planeta/>, consultado 30 de marzo 2020.
- Funsalud. Disponible en: <https://funsalud.org.mx/funsalud/>, consultada 25 de marzo 2020.
- Fondo Nestlé para la Nutrición. Disponible en: www.nestle.com.mx/csv/csvstories/fondo-nestle-para-la-nutricion, consultado 25 de marzo 2020.
- El Poder del Consumidor. (2020, 7 de mayo). *British Medical Journal* publica investigación que muestra reducción de consumo de bebidas azucaradas tres años después de imponerse el impuesto en México. Disponible en: <https://elpoderdelconsumidor.org/2020/05/british-medical-journal-publica-investigacion-que-muestra-reduccion-de-consumo-de-bebidas-azucaradas-tres-anos-despues-de-imponerse-el-impuesto-en-mexico/>, consultado 26 de mayo, 2020.
- Sánchez-Romero, Luz María et al. (2020). Association between tax on sugar sweetened beverages and soft drink consumption in adults in Mexico: open cohort longitudinal analysis of Health Workers Cohort Study. *British Medical Journal*, 369: m1311. Disponible en: www.bmj.com/content/369/bmj.m1311?tab=related#datasupp, consultado 26 de mayo, 2020.
- Hinkelammert, Franz J. *Solidaridad o suicidio colectivo* (2015) Disponible en: <http://lhblog.nuevaradio.org/b2-img/HinkelammertSolidaridadSuicidio.pdf>, consultado 25 de marzo de 2020.

- El Poder del Consumidor. (2019, 11 de diciembre). Etiquetado frontal de advertencia en Chile con grandes resultados y sin impactos económicos negativos. Disponible en: <https://elpoderdelconsumidor.org/2019/12/etiquetado-frontal-de-advterencia-en-chile-con-grandes-resultados-y-sin-impacto-economico-negativo/>, consultado 26 de mayo, 2020.
- Torre, Pilar *et al.* (2019). Desafíos para la promoción de la salud: El caso del mercado de las Fórmulas Infantiles en México. *Global Health Promotion*. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/1757975918823011>, consultado 16 de febrero 2020.
- INCMNSZ *et al.* (2015). Iniciativa mundial sobre tendencias de la lactancia materna. Disponible en: www.ibfan-alc.org/WBTi/inf_2015/WBTi-Mexico-2015-Informe_final.pdf, consultado 3 de junio 2020.
- *El Financiero*, Redacción. (2016, 6 de octubre). Nestlé inaugura fábrica de nutrición infantil en Jalisco con 245 mdd. Disponible en: www.elfinanciero.com.mx/empresas/nestle-inaugura-fabrica-de-nutricion-infantil-en-jalisco-con-245-mdd, consultado 10 de abril 2020.
- Pérez Lizaur, Ana Bertha *et al.* (2014, 4ª edición). *Sistema Mexicano de Alimentos Equivalentes*. Fomento de Nutrición y Salud, A.C.
- Pérez Lizaur, Ana Bertha *et al.* (2008, 3ª edición). *Sistema Mexicano de Alimentos Equivalentes*. Fomento de Nutrición y Salud, A.C. Disponible en: www.academia.edu/19383378/Sistema_Mexicanode_Alimentos_Equivalentes, consultado 6 de marzo 2020.
- Nestlé Good food, Good life. Mujeres emprenden dulce negocio de la mano de Nestlé. Disponible en: www.nestle.com.bo/es/media/featuredstories/dulce-negocio-nestle-navigate, consultado 18 de marzo 2020.
- Laurell, Ana Cristina. (2012, 7 de diciembre). El regreso de Funsalud. *La Jornada*. Disponible en: www.jornada.com.mx/2012/12/07/opinion/a03a1cie, consultado 15 de marzo 2020.
- Funsalud. Disponible en: <https://funsalud.org.mx/funsalud/>, consultado 20 de marzo 2020.
- Funsalud. Disponible en: <https://funsalud.org.mx/>, consultado 20 de marzo 2020.
- Funsalud. Disponible en: <https://funsalud.org.mx/universalidad-y-competitividad-en-salud/>, consultado 19 de marzo 2020.
- Fondo Nestlé para la Nutrición. Funsalud. Disponible en: <https://funsalud.org.mx/fondo-nestle-para-la-nutricion/>, consultado 19 de marzo 2020.
- Funsalud. Consejo Promotor de Alimentación y Hábitos Saludables. Disponible en: <https://funsalud.org.mx/alimentacion-y-habitos-saludables/>, consultado 19 de marzo 2020.
- Kellogg's. (2018). Reporte de Responsabilidad social 2018. Kellogg's. Disponible en: www.kelloggs.com.mx/content/dam/latinamerica/kelloggs_mx/pdf/Reporte_Responsabilidad2018_ESP_Interactivo.pdf, consultado 21 de marzo 2020.
- Instituto de Nutrición y Salud Kellogg's. Más sobre el INSK. Disponible www.insk.com/quienes-somos/mas-sobre-el-insk/, consultado 21 de marzo 2020.

DIMENSIONES OCULTAS DE ORGANIZACIONES CIVILES

LAS APARIENCIAS ENGAÑAN

Para la antropóloga social Alejandra Leal Martínez, el sismo de 1985 se transmutó en la metáfora de un temblor político y social que transformó al país, al despertar a la sociedad civil, y nosotros agregamos que desde entonces se inició la etapa de desarrollo de las organizaciones no gubernamentales. Asociaciones que se multiplicaron al arribo del EZLN en 1994, sobre todo en Chiapas, que por un tiempo llegó a registrar más organizaciones de la sociedad civil por habitante que ninguna otra entidad del país.

Durante la administración de Vicente Fox se abrió un espacio inédito para las organizaciones de la sociedad civil, el cual aprovecharon para continuar proliferando y abarcando temas, como ofrecer orientación y servicios en salud, proteger a los consumidores y el medio ambiente, entre otros. En este marco surgió un nuevo nicho para las asociaciones solapadas por la industria, que además de obtener beneficios fis-

cales y ser donatarias, actúan en favor y en defensa de los intereses de las empresas que representan, influyendo en la opinión pública e incidiendo como grupos de cabildeo en las políticas públicas.

A este tipo de organizaciones que aparentan dedicarse a actividades sociales y científicas legítimas y se erigen además en grupos de presión, Marion Nestle les llama grupos fachada en *Soda Politics*.

Abelardo Ávila, por su parte, los ve como la expresión de la cooptación directa que cada vez ha ganado mayor fuerza y presencia en los espacios de formación del personal de salud y las instituciones, al otorgar becas, financiar congresos, investigaciones, etcétera:

—Hay una situación que se ha dado recientemente en distintos ámbitos y se ha vuelto un gran tema de conflicto de interés, porque en diversos foros de discusión hay algunas personas que representan simultáneamente a la sociedad civil y a la industria. Existen organizaciones no gubernamentales, aparentemente más pequeñas y más inocuas, que sí reciben financiamiento como asociaciones médicas; algunas otras que parece que están muy en el interés de orientar a la población y que tienen una línea, un financiamiento atrás, y muchas veces son personas reconocidas y portavoces de la industria. Cuando participan en normas oficiales o en dar opiniones de expertos y demás, representan un día a la sociedad civil y otro día a la industria. No hay suficiente vigilancia para impedir eso. Tendría que haber mecanismos para que cuando uno participa, sobre todo en cuestiones relacionadas con la población y con iniciativas públicas, hubiera una declaración de conflicto de interés, porque eso lo hemos visto mucho recientemente.

A continuación, a través de breves postales, ilustramos lo dicho por el doctor Ávila acerca de algunas de estas organizaciones o grupos fachada.

INSTITUTO ASPEN: DIME CON QUIÉN ANDAS Y...

El ex rector de la UNAM y ex secretario de Salud, entre otros cargos en su carrera, Juan Ramón de la Fuente platicó con Carmen

Aristegui en CNN el 28 de marzo de 2014 para dar a conocer un nuevo espacio de análisis, reflexión y diálogo: el Instituto Aspen México (IAM), del cual había sido nombrado presidente de su Junta Directiva. Hoy es consejero honorario.

Este organismo, señaló, tenía como propósito “tratar de incidir en las políticas públicas a través del análisis riguroso de los temas, de las propuestas inteligentes, desde una posición de la sociedad civil”. Ya en su origen, en Colorado, Estados Unidos, este instituto partió del principio de que el intercambio de ideas entre empresarios e intelectuales, académicos y artistas es por demás “interesante y productivo”, por lo que el IAM sería un espacio donde podrían comunicarse sobre temas de la agenda pública sectores que no suelen hacerlo de modo constante “y lograr que tenga una repercusión en las políticas públicas”.

Sin embargo, en este ejercicio de “democracia participativa”, que de botepronto suena interesante, ¿qué tan democrática es esa participación? Es decir, ¿quiénes están representados en este instituto que dice ser de la sociedad civil?

Como precisó De la Fuente, la sede en México del Instituto Aspen fue posible porque “un grupo de empresarios mexicanos tuvo interés en el proyecto”. Y no cualquier empresario. En los tiempos de la entrevista reseñada, entre sus consejeros estaban José Narro, entonces rector de la UNAM; Scot Rank, de Walmart México, y Ricardo Salinas Pliego, del Grupo Salinas, aparte de personajes prestigiados del calibre de Mario Molina, Premio Nobel de Química, dentro del Comité Técnico Asesor del IAM.

Lo cierto es que entre los miembros de su Consejo Directivo figuraba Galya Frayman Molinas, presidente de Coca-Cola México, y que entre los “amigos” del instituto estaban (aún están hasta el momento de escribir estas líneas) el vice presidente *sénior* y director de Crecimiento de The Coca-Cola Company, Francisco Crespo Benítez, y el ubicuo presidente de ConMéxico, Jaime Zabludovsky. De esta sociedad civil y de esta democracia participativa estamos hablando, no de otra.

¿Qué podía esperarse de una asociación civil marcadamente empresarial que se dice capaz de “hacer evaluaciones en algunos procesos públicos” e “incidir en las políticas públicas de salud”?

Sin ir más lejos, este organismo fachada cumplió un papel importante como parte del Consejo Asesor del OMENT, como resultado del trabajo que realizó en este Observatorio su representante Julio Madrazo García, el experimentado cabildero de las refresqueras, junto con el Instituto Mexicano para la Competitividad en la Iniciativa AIM-IMCO por la Salud. Porque en ese observatorio, entre otras cuestiones, se trataba de “evaluar” los programas del gobierno federal en materia de enfermedades no transmisibles, como el etiquetado frontal que desde entonces recomendaban diversos especialistas y organizaciones independientes y sin conflictos de intereses. Como era previsible, en este caso “evaluar” significaba impedir cualquier avance en las regulaciones.

Aun así, quisimos dar la oportunidad a alguna voz del instituto a fin de que nos diera su punto de vista acerca de lo que aquí planteamos. Por lo mismo, buscamos a su director de programas, maestro Miguel Limón García, a quien escuchamos cuestionar el nuevo etiquetado en el Foro Comer Bien: una decisión inteligente, que tuvo lugar en el diario *Reforma* en octubre de 2019. Sin temor a equivocarnos, podemos asegurar que el maestro Limón García no tenía intenciones de concedernos una entrevista, pues después de solicitársela por varias semanas, finalmente accedió a realizarla vía telefónica..., sólo para no responder a nuestra llamada sin tener que dar la cara.

EVALUACIÓN CON FACHADA “CIENTÍFICA”: IMCO

Con un Consejo entre cuyos miembros figuran Carlos Salazar Lomelín –a la fecha presidente del Consejo Coordinador Empresarial y ex director general de la Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma y de Coca-Cola FEMSA, así como con proyectos relacionados con la fabricación y venta de galletas y cereales–, Daniel Servitje Montull –presidente y director general de Grupo Industrial Bimbo–, y Jaime Zabludovsky –presidente ejecutivo de ConMéxico–, el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) tiene un perfil muy similar al del Instituto Aspen. Ambos son grupos fachada, que se

presentan como de la sociedad civil, pero que tienen estrechos vínculos con la industria y responden a sus intereses.

Para comprobarlo basta con revisar un par de artículos de 2010 y 2014 del entonces director general del IMCO y columnista del diario *Reforma* hasta 2018, Roberto Newell G. En relación con los lineamientos para la venta de comestibles chatarra a escolares, iluminó a sus lectores en “Un dilema cruel” con los lugares comunes que esgrime la industria: “...mucho más importante que esto es eliminar las fritangas, tacos y tortas que se preparan y venden en las escuelas”. Lo raro es que desde que los españoles trajeron la grasa de cerdo y empezamos a comer fritangas y hasta antes de la década de 1980, los mexicanos no habíamos padecido los elevados índices de obesidad que sufrimos a partir de entonces.

Remató Newell: “Si lo único que se logra con los nuevos lineamientos de SEP/SS es satanizar la venta y consumo de productos procesados se habrá logrado poco (aunque sí se habrá perjudicado a un sub-sector de la economía)”.

En “Problema gordo”, Roberto Newell nos recetó otra dosis de su mala leche: “El gobierno federal está tratando de combatir la epidemia de obesidad con un arsenal poco imaginativo que depende excesivamente de la imposición de un impuesto indirecto a ciertos alimentos de alto contenido energético, como los refrescos”.

Para cuando el ex titular del IMCO tacleó esta última columna, de seguro ya se había cocinado el acuerdo con el Instituto Aspen: la Iniciativa AIM-IMCO por la Salud, que dio como resultado el “Sistema de indicadores para la evaluación de la estrategia nacional para la prevención y el control del sobrepeso, obesidad y diabetes”. Conforme a lo documentado en el capítulo 3, antes de ser presentado al Consejo Asesor del OMENT, este sistema de indicadores fue diseñado a la medida de la industria de alimentos y bebidas y contó con su total aprobación.

En otras palabras, de nueva cuenta la industria convertida en juez y parte, gracias al encubrimiento del IMCO y el Instituto Aspen y a la complicidad de las autoridades de salud.

UN GRUPO SOMBRÍO DE LA INDUSTRIA: ILSI

Ya en un par de capítulos previos nos referimos brevemente al International Life Sciences Institute y habíamos escrito también un rápido boceto suyo sobre el perfil de su sede en México. De hecho, estábamos haciendo correcciones finales cuando algo nos hizo percatarnos de que tales referencias y el perfil mismo, como veremos a continuación, se habían quedado no cortos, cortísimos, hay que reconocerlo. De golpe, sentimos que nos recorrió el cuerpo algo así como la adrenalina que circula en diarios y semanarios periodísticos durante los cierres de edición. Como cuando dicen: ¡paren máquinas!

Teníamos la falsa impresión de que el Instituto Internacional de Ciencias de la Vida ya no era un jugador activo en México, pues aquí, en pocas palabras, había colgado los tenis. Hasta donde sabíamos, el ILSI México cerró su sede en nuestro país; incluso su página en internet está como muerta. Y sin embargo, algo se movía... y nos desconcertaba: en su lista de proyectos apoyados, por ejemplo, Coca-Cola México reportó que hasta 2019 seguía pagando su cuota anual como miembro del instituto. ¿Es una especie de *mosca muerta*? Pues así parece.

El caso es que a finales de abril de 2020 nos cayó en las manos un documento que no tiene desperdicio y recién salido del horno: *Asociación para un planeta no saludable: Cómo las grandes empresas interfieren con la política de salud global y la ciencia*, elaborado por Corporate Accountability (Responsabilidad Corporativa).

Según su sitio de internet, esta organización “impide que las corporaciones transnacionales devasten la democracia, pisoteen los derechos humanos y destruyan nuestro planeta. Estamos construyendo un mundo arraigado en la justicia donde las corporaciones responden a las personas, y no al revés: un mundo donde cada persona tenga acceso a agua limpia, alimentos saludables, un lugar seguro para vivir y la oportunidad de alcanzar su máximo potencial humano”.

En el informe, esta organización “analiza de manera crítica cómo *Big Food*, a través de uno de sus instrumentos más favorecidos, está dando forma a la política y la ciencia de la salud pública

en todo el mundo a un costo abrumador para la salud pública y la integridad del gobierno y las instituciones académicas”.

Como hemos documentado ampliamente en este libro, si bien no de un modo exhaustivo, la aplicación del libro de jugadas por parte de corporaciones como Coca-Cola, Nestlé, PepsiCo, Kellogg's y demás deriva en una desgastante interferencia política. Y en el informe que estamos comentando resulta clarísimo que meter mano sucia en el diseño e instrumentación de las políticas públicas en materia de salud y alimentación ha alcanzado una escala planetaria.

En este estudio de caso, se trata de una “organización benéfica”, “científica” y de la “sociedad civil” que contribuye a paralizar en todo el mundo la evolución de las políticas de nutrición y salud alimentaria, sin importar el grado de desarrollo de los países. El ILSI aparece aquí y allá metiendo su cuchara de una u otra forma, pues lo mismo interviene en Estados Unidos y China, que en Brasil e India y en Argentina o México. El informe representa una radiografía de cuerpo completo que merece ser revisada más a fondo, ya que además

narra las profundas conexiones del grupo fachada con la industria, sus vínculos con la investigación que ha ayudado a producir y con las personas con las que tiene relaciones. El cuadro que pinta presenta un argumento convincente para que *Big Food* abandone el ILSI y otros grupos fachada similares en beneficio no sólo de la salud pública, sino también de una relación menos engañosa con sus inversionistas. Después de todo, los inversionistas deberían alarmarse de que se requiera tal artimaña política corporativa para mantener sus inversiones rentables.

Ciertamente, no es la primera vez que se pone al descubierto el papel que ha cumplido el ILSI, fundado en 1978 por el ex directivo de Coca-Cola Alex Malaspina, cuya influencia se ha extendido a través de varios centros de investigación en nutrición y medio ambiente, aparte del *journal Nutrition Reviews*, pero fundamentalmente de 16 oficinas sede, seis de ellas en el continente americano.

A mediados de 2019, por ejemplo, un estudio publicado en la revista *Globalization and Health* puso al descubierto la verdadera identidad secreta de este instituto, que constituye un grupo de cabildero enfocado en bloquear las políticas que afectan a Coca-Cola y otras empresas, aunque en sociedad se presenta vestido con el ropaje de una organización que pareciera franciscana, si nos atenemos a los nobles fines que dice perseguir: desarrollar “ciencia para el bienestar público” y que “mejora la salud humana y el bienestar y protege el medio ambiente”.

Gracias a documentos internos, obtenidos por la organización US Right to Know, a través de la ley de libertad de información de Estados Unidos, los autores del estudio comprobaron que Coca-Cola, junto con otras empresas, se valen del ILSI para bloquear las políticas de salud pública. “El ILSI es una red global de la gran industria de alimentos y bebidas (*Big Food*) para desacreditar a la ciencia, a los reguladores y a otros que exhiben los riesgos a la salud de sus productos”, declaró Gary Ruskin, coautor de “¿Las organizaciones benéficas financiadas por la industria están promoviendo ‘estudios dirigidos por la defensa’ o ‘ciencia basada en evidencia’?: un estudio de caso del ILSI”.

Todo es una pantomima: “La gran industria de alimentos y bebidas quiere que se crea que el ILSI trabaja por la salud, pero realmente defiende las ganancias de la industria”, agregó Ruskin, codirector de U.S. Right to Know.

Como ya apuntamos antes, en nuestro país quedó plenamente documentado lo que estaba atrás del simposio “Evidencia actual en edulcorantes y salud”, organizado por ILSI México, donde lo único evidente fue el propósito de influir en contra del impuesto a las bebidas azucaradas –justo dos meses antes de que las refresqueras lanzaran su iniciativa para reducir este gravamen. El objetivo aparente del simposio, al que el instituto convocó junto con las universidades Iberoamericana y del Valle de México, era presentar “evidencia científica” para demostrar que no existe relación entre las bebidas endulzadas y la obesidad y la diabetes..., por supuesto, con una manita de “expertos de alto nivel” pagados por las refresqueras y sus aliados de fabricantes de productos chatarra.

Al quedar al desnudo tales maniobras tan burdas y descaradas, la oficina central del ILSI determinó el cierre temporal de su sede en México, argumentando falta de ética al tratar de influenciar las políticas nacionales.

El reciente informe *Asociación para un planeta no saludable* le dedica un apartado a los pasos perdidos del ILSI en nuestro país: “En México, ILSI viene, va, vuelve, cambia de marca... pero Coca-Cola sigue en el timón”. En él se recuerda el bochornoso episodio que acabamos de narrar, agregándole un poco de sal y pimienta:

Esto fue demasiado..., incluso para un grupo de la industria que tiene dificultades para adherirse a sus propios estándares de ética, que está profundamente arraigado en los procesos de formulación de políticas y que regularmente trafica con información errónea. Poco después del evento, el Comité Ejecutivo de la Junta de Fideicomisarios del ILSI suspendió su afiliación con ILSI México por “violiar el Código de Ética y Normas de Conducta Organizacional del ILSI”, e involucrarse en actividades que pueden interpretarse como defensa de políticas y/o esfuerzos de relaciones públicas para influir en las políticas.

ILSI México había sido fundado en 1991 y tenía como presidenta científica a la doctora Nimbe Torres y Torres, desde 2009 investigadora del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición. Entre sus miembros figuraban Bimbo, Coca-Cola, Nestlé, PepsiCo, Kellogg’s, Danone, Kraft Foods, Mars y Monsanto.

En uno de los correos electrónicos que salieron a flote en el pantano donde se debatía ILSI México, se lamentaba el ya mencionado Alex Malaspina sobre ILSI México: “... espero hayamos llegado ya al fondo y que eventualmente nos recobremos, porque Coca-Cola e ILSI estamos preocupados”.

Con lo que no contábamos era con que, como documenta el reporte de Corporate Accountability, todo indica que el ILSI al parecer cuenta con una especie de doctorado en simulación:

La suspensión resultó ser un truco útil de relaciones públicas. En respuesta a la mala prensa, el sustituto global para la formulación

de políticas de *Big Food* fingió indignación. Luego, no más de diez meses después, ILSI México volvió a estar en línea bajo el liderazgo de otro ejecutivo de Coca-Cola, J. Eduardo Cervantes. ¡Para guardar las apariencias, podrían haber elegido al menos a alguien que no fuera un ejecutivo del mayor fabricante mundial de agua azucarada!

Es innegable el peso que tuvo (y en realidad tiene, como ya comentamos) la refresquera en esta oficina del ILSI, cuyo director cuando fue cerrada era otro directivo de Coca-Cola, Raúl Portillo.

Tres años después, la Junta del ILSI admitió que “ILSI México nunca pudo recuperarse de la suspensión”... ¿O se trata de otro acto de ilusionismo? No sería nada extraño, porque

en un giro predecible pero igualmente ilógico, abordó los desafíos relacionados con el cierre del ILSI y los lazos públicos con *Big Soda* al fusionar la sucursal con ILSI Mesoamérica dirigida... como cabía esperar... por un ejecutivo de Coca-Cola de 38 años llamado Jorge Arturo Jara.

Al igual que con la suspensión anterior, el movimiento apesta a falta de sinceridad. Si ILSI estuviera realmente preocupado por las payasadas de sus afiliados para promover la ciencia basura y oponerse a la política de nutrición que, en el caso de México, promete salvar miles de vidas y casi mil millones en costos de atención médica, no sólo habría intercambiado el liderazgo de un ejecutivo de Coca-Cola por otro también de Coca-Cola.

Así que no lo podemos dar por muerto, porque aun desde lo oscurito sigue recibiendo financiamiento de Coca-Cola y, no lo dudemos, continúa operando en nuestro país tras la careta de ILSI Mesoamérica. Por ello, Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor, acierta en el blanco al decir: “Tras los escándalos de ILSI México, esta institución ha pasado a un segundo lugar, pero sin dejar de actuar tras bambalinas para defender los intereses de esta industria, presentándose como una institución científica de interés público”.

Las revelaciones de Ruskin y el equipo de US Right to Know tocaron un tema que ahora actualiza el informe de Corporate Accountability: las Guías Dietéticas de Estados Unidos. De nuevo aparece en escena Malaspina, con un correo en el que alertaba al ILSI ante las recomendaciones contenidas en tales guías, pues podían llevar a medidas contrarias a los intereses de la industria para limitar el consumo de alimentos y bebidas azucaradas de muchas maneras: “impuestos a los refrescos, modificación de los programas de alimentos en las escuelas, esfuerzos para educar a los niños y los adultos para limitar el consumo de azúcar, reducir la publicidad de alimentos y bebidas azucaradas...”. (¿Dónde hemos oído eso?)

Su correo parece una copia del mensaje que a mediados de los cincuenta le enviara el gurú de las relaciones públicas John Hill a la industria tabacalera para invitarla a prepararse ante las regulaciones que se avecinaban: “Necesitamos considerar estar listos para establecer una fuerte defensa”, concluía.

Entre sus hallazgos clave, Corporate Accountability reporta que más de la mitad de los nuevos integrantes del Comité Asesor de las Guías Dietéticas de Estados Unidos 2020 tienen vínculos con el ILSI. También documenta que los presidentes y vicepresidentes del Subcomité de Embarazo y Lactancia, así como del Subcomité del Nacimiento a los 24 Meses, son científicos afiliados al ILSI con vínculos a transnacionales de alimentos y bebidas.

Asimismo, da cuenta de que cerca de 40% de las publicaciones de ILSI Norteamérica, incluido el *Journal Nutrition Reviews*, no presenta su declaración de conflicto de intereses, aunque tiene respaldo o patrocinio del ILSI. Y hasta en el 60% de las que incluían tal manifestación “a veces no se declaraba ningún conflicto de intereses, a pesar del apoyo o financiamiento del ILSI”.

De igual modo, aunque se ufanaba de que “no hace recomendaciones de política ni realiza cabildeo”, el ILSI le ofreció al gobierno argentino orientación directa para actualizar su base de datos nacional de composición de alimentos, que proporcionan elementos sobre su disponibilidad y orientan el consumo público de alimentos saludables y no saludables. Es como sugerir poner la Iglesia en manos de Calvino.

En India, así como en México diversas voces entonan a coro los perjuicios de las garnachas, el ILSI cocinó un estudio en el que “sistemáticamente menosprecia y tergiversa los efectos sobre la salud de los alimentos tradicionales, en lugar de centrarse principalmente en los productos de sus benefactores, como los refrescos y los alimentos procesados, y su impacto perjudicial en la salud pública”.

Estos hallazgos, sintetiza, pintan de cuerpo entero al ILSI:

una institución profundamente desconectada de su misión y estándares establecidos [...] que intenta redirigir y caracterizar erróneamente la ciencia para proteger a sus patrocinadores de la industria [...] que coquetea tan profundamente con la formulación de políticas que hace que las puertas giratorias parezcan simplemente una cuestión de rutina.

Para terminar, detengámonos en su sugerente “Conclusión: es hora de meter al ILSI y sus alianzas en la congeladora”. Y permítanos, paciente lector, observar con cierto detalle lo que allí se plantea, pues contiene recomendaciones que muy bien pueden hacer suyas otras organizaciones y que están en sintonía con mucho de lo que hemos planteado en este libro. Además, pareciera estar sincronizado con el contexto mexicano. Por ejemplo, asegura:

Hasta hace poco, *Big Food* ha podido influir en la ciencia y la política de salud pública en relación con el ILSI con relativa impunidad. Esto se debe a una serie de factores. Primero, el ILSI puede presentar las prerrogativas de la industria bajo el disfraz de una ciencia sólida. Financia investigadores vinculados a prestigiosas universidades e instituciones gubernamentales para producir investigaciones favorables. Afirma que dicho financiamiento no socava la objetividad de los resultados. Se jacta de sus altos estándares de equilibrio e integridad científica.

El “detalle” es que, según el informe reseñado, al ILSI le da por no cumplir los estrictos estándares que pregona. Sus estudios

suelen “olvidar” hacer su declaración de conflictos de intereses. Esconde al público el financiamiento que recibe de la industria. También es difícil discernir cómo se compensa a las personas asociadas con afiliados del ILSI. Esta falta de transparencia ha permitido al ILSI de la industria una licencia social para producir y promover la ciencia basura en todo el mundo.

¡Pero qué credibilidad podía tener, viéndolo bien, un instituto fundado por el citado ex director de la mayor refresquera del mundo o cuyos Principios Rectores de ILSI Norteamérica tuvo entre sus redactores a una vicepresidenta de Coca-Cola, Rhonda Applebaum!

Como lo intentó en México y como lo ha logrado en otros países, pese a afirmar que el cabildeo no está en su mira (qué tal si lo estuviera), el ILSI se ha logrado colar en “los procesos de formulación de políticas más críticas sobre alimentación y nutrición en todo el mundo”. También consiguió infiltrarse en el comité que prepara las pautas dietéticas para los estadounidenses, en las que se apoyan las políticas de alimentación y nutrición. Una estrategia que ha exportado a otras latitudes y continentes, invariablemente en busca de “beneficiar a la industria sobre la salud pública”.

Finalmente, nos sorprende gratamente por su originalidad el desenlace de esta historia..., al menos en todo el trayecto que nos permitió hacer esta investigación periodística, no habíamos encontrado nada parecido. No es para menos: “Este informe exige que las corporaciones cesen las donaciones políticas y caritativas y todas las demás formas de interferencia política (por ejemplo, cabildeo, contribuciones, investigación de fondos, creación de puertas giratorias con formuladores de políticas, influenciando las políticas públicas)”. Incluso ofrece una serie de recomendaciones.

Lo más sorprendente es que esto ya empezó a suceder. Resulta que en este mundo raro, como explica el informe, los inversionistas están cada vez más conscientes y preocupados acerca de cómo las compañías donde ponen su dinero se conectan o no con valores como la salud, el medio ambiente, la ciencia...: “La gente quiere hacer negocios con corporaciones que comparten sus creencias”. No en balde “corporaciones como Coca-Cola hacen todo lo posible para posicionarse como un líder ambiental (cuando, de hecho, es el mayor contaminador plástico del mundo)”.

Aunque sea por mero truco mercadotécnico (y mucho nos tememos que de esto se trate en el fondo), las firmas que patrocinan el ILSI “quieren comunicar que les importa la salud pública y que son parte de la solución al problema que han creado al comercializar un volumen tan grande de comida y bebida chatarra al público”. El pequeño inconveniente, la purísima verdad, es que “las acciones del ILSI no se sincronizan muy bien con esa aspiración. Y si el ILSI, su ciencia basura y su manipulación política son lo que se requiere para que Coca-Cola y otros proporcionen ganancias [a sus accionistas]... hay un ajuste de cuentas por venir”.

Y aun así, lo más asombroso es que algunas empresas ya han llevado a la práctica estas ideas. Si consideran que los valores de la firma ya no están alineados con el financiamiento de grupos fachada como el ILSI, cuanto antes pueden ponerle punto final a esta engañosa relación. Y así lo han hecho ya dos grandes consorcios:

Mars ya dio este paso juicioso en 2018, reconociendo la responsabilidad que existe al estar afiliado a un grupo que se ha convertido en sinónimo de captura corporativa de ciencia y política de la salud. El 1° de enero de 2020, Nestlé hizo lo mismo y terminó oficialmente su membresía en el ILSI, a nivel regional y nacional.

El tratamiento que recomienda Corporate Accountability en su informe deja pocos resquicios a la imaginación, y quienes deseen conocer en detalle las recomendaciones los remitimos a los recuadros 7, 8 y 9.

Quedémonos, por lo pronto, con esta idea central en la mente:

La magnitud de los desafíos de salud pública que enfrentamos hoy en día, ya sea en forma de pandemia o las tasas paralizantes de enfermedades relacionadas con la dieta, no pueden sufrir otras cuatro décadas de engaño y manipulación del ILSI y grupos de la industria similares, pero menos influyentes. Es hora de que la industria, los gobiernos y la academia pongan al ILSI en la congeladora antes de que la salud de otra nación, comunidad o individuo se vea comprometida.

MOVISA

El Movimiento por una Vida Saludable (Movisa) –cuyo antecedente fue la Alianza Vida Saludable– se integró en septiembre de 2016 con más de 60 empresas y organizaciones (Coca-Cola, PepsiCo, Nestlé, Kellogg's, Bimbo y Lala, entre otras), con el objetivo de sumarse a la lucha contra la obesidad, según declaró en aquel entonces su presidente Andrés Garza Herrera, quien también presidió ConMéxico y fue director de Qualtia Alimentos.

Durante su presentación, José Narro Robles, secretario de Salud en ese momento, afirmó que Movisa conjuntaba los esfuerzos de todos los interesados para que los mexicanos logran hábitos de vida saludables en alimentación, actividad física y peso corporal. Por lo mismo, se encargaría de difundir la campaña “Checa y elige”, tendiente a fomentar la consulta del ininteligible etiquetado nutrimental impuesto por la industria.

Erika Quevedo, directora general de Movisa –a quien por varios meses buscamos infructuosamente para entrevistarla–, subrayó que en 2017 la campaña “Checa y elige: qué, cómo, cuánto comes y bebes” tuvo resultados alentadores (milagrosos, podría decirse), pues con una inversión de 84 millones de pesos en ese año se logró que 45% de los mexicanos conocieran el etiquetado frontal nutrimental, cuatro de cada diez lo consideraran comprensible y tres de ellos lo usaran de manera cotidiana. Puro ilusionismo.

QUEREMOS MEXICANOS ACTIVOS

Organización de la sociedad civil, sin fines de lucro, que desde 2012 se ha propuesto “acciones, políticas y programas que faciliten y promuevan la activación física como una responsabilidad compartida entre gobiernos, empresas y organizaciones de la sociedad civil [a modo de] puente entre las comunidades y un catalizador para el gobierno y las empresas”, expone en su página de internet.

Explica que en la suma de esfuerzos al gobierno le corresponde proporcionar las condiciones adecuadas para que la población se active, y a las empresas apoyarlo como parte de su

responsabilidad social, además de instrumentar la actividad física en sus propias oficinas e instalaciones, y la sociedad civil debe articular esos esfuerzos.

Impulsa la actividad física mediante diferentes retos: “Nado por mi corazón”, “Actívate 10,000 pasos”, “Empresa activa saludable”, “Actívate total” y “Aliviánate”, tendientes a acelerar el metabolismo para consumir más calorías, sobre todo el de “Aliviánate”, que es un esquema de ejercicios para adelgazar, en el que recomiendan la adopción de hábitos alimenticios saludables, sin mencionar por supuesto los comestibles chatarra que producen sus patrocinadores, causantes del sobrepeso.

Los autores de *La trama oculta* registraron que dentro del patronato de Queremos Mexicanos Activos

figuran las empresas Arca Continental (la segunda embotelladora de Coca-Cola más grande de América Latina), Bonafont, Grupo Bimbo, Coca-Cola FEMSA, Coca-Cola México, Jugos del Valle, Jumex, PepsiCo y Qualtia. En Mexicanos Activos especifican que los patronos tienen derecho a ocupar un asiento en el Consejo, y en el presupuesto 2016 del informe financiero acusan aportaciones recibidas por 3 millones de pesos de Bimbo-Barcel, Coca-Cola FEMSA, Arca Continental y Jugos del Valle y aportaciones proyectadas de 500 mil pesos cada una, de Coca-Cola de México, Grupo Lala, Grupo Jumex, GRUMA, Grupo GEPP y 250 mil de la UVM (un total de 2 millones 750 mil pesos, más 1 millón por “eventos”).

FUNDACIÓN MOVIMIENTO ES SALUD

Esta fundación surgió en 2013, tras trabajar tres años en el Estado de México, desarrollando el plan piloto del programa Evaluación de la Capacidad Funcional en 105 escuelas, a fin de diseñar un modelo de servicios de cultura física y deporte que permita a los centros educativos, laborales y comunitarios crear ambientes propicios para el desarrollo de la salud y el bienestar, a escala nacional.

La fundación lideró el proyecto “Ponte al 100”, al que ya nos referimos en el capítulo anterior. Sólo añadiremos un comentario del doctor Simón Barquera: “Ponte al 100, que empezó instrumentando el gobierno federal con la SEP, acabó siendo de Coca-Cola, lo tenía registrado. Entonces al rato Coca-Cola ya hacía sus concursos de Ponte al 100... Hay una casa del indígena de Coca Cola, hay un Instituto de Bebidas de Coca Cola... La promoción de buenas obras es un método utilizado por muchas organizaciones de la industria en diferentes campos para desviar la atención de sus obras no tan buenas. A través de dicha distracción, las corporaciones que constituyen el complejo de consumo crean imágenes públicas que enmascaran su impacto real en la salud”.

Movisa, Queremos Mexicanos Activos y Fundación Movimiento es Salud son grupos fachada que cada vez que se trata de implementar medidas relacionadas con los comestibles ultraprocesados para combatir la obesidad, salen a los medios a presionar y evitar que se lleven a cabo. Sus mensajes, según los autores de *La trama oculta*, “son en apariencia positivos porque promueven el ejercicio, pero no dicen una palabra sobre evitar los alimentos dañinos que venden quienes patrocinan sus asociaciones ‘sin fines de lucro’”.

QUIERO SABER SALUD

Es otra organización, fundada en 2017, “por el interés genuino de un grupo de expertos profesionales de la salud, comprometidos con el lema de ‘la medicina preventiva es la medicina más barata’”. Invita a los diferentes actores convencidos de que la promoción de la salud tendrá un retorno en el cambio de las cifras de enfermedades crónicas no transmisibles, y asegura que lograrán “un México sano y activo”, indica en su página de internet.

La nutrióloga Mónica Hurtado –con dos diplomados, uno en Marketing para Profesionales de la Nutrición, por la Universidad del Valle de México, y otro en Gestión de Calidad en los Servicios de Salud, de la UNAM, es cofundadora de esta plataforma digital

dedicada a “informar, educar y trabajar en estilos de vida saludables y activos”, sobre todo a través de los videos que aparecen en su página web: talleres sobre el etiquetado frontal “Quiero saber”; “El etiquetado frontal ayuda a hacer mejores elecciones”, “Decisiones que el consumidor debe tomar con base en la información del etiquetado” y “Recuerda que todos los líquidos hidratan, sólo cuida las calorías”.

Mónica Hurtado –quien cuando fungió como subdirectora de Promoción de la Salud del gobierno de la Ciudad de México se encargó de la campaña Muévete y Métete en Cintura– se refirió durante su participación en el Foro Comer Bien: una decisión inteligente, organizado por el Grupo Reforma, al consumo excesivo de alimentos callejeros como causantes de los problemas de diabetes y obesidad, sin atribuirles ninguna contribución a los comestibles ultraprocesados.

OGALI

En 1994, Maite Plazas Belausteguigoitia, licenciada en Nutrición y Ciencia de los Alimentos por la Universidad Iberoamericana, junto con Ana Bertha Pérez Lizaur, maestra en Ciencias de la Salud por la Universidad Autónoma del Estado de México, son fundadoras de Ogali, una organización de consultoría en nutrición orientada a “promover y estimular una alimentación correcta, la práctica de actividad física regular y fomento del bien comer como promotor de la salud”, indican en su sitio de internet.

“Todo esto mediante la generación, difusión y divulgación de conocimiento científico actual en alimentación, nutrición, actividad física y salud”, sostienen y añaden: “Desde los primeros años el equipo fundador enfocó sus esfuerzos hacia temas fundamentales para la orientación alimentaria, por ejemplo, participando en la elaboración de la norma de orientación alimentaria (NOM-043-SSA2-2005) y en su revisión (2012)”. Las fundadoras de Ogali, además, son coeditoras del *Sistema Mexicano de Alimentos Equivalentes*, que incluye los comestibles ultraprocesados de los patrocinadores, como apuntamos en el capítulo 7.

HABLEMOS CLARO

De acuerdo con la información de su página web, Hablemos Claro surgió en 2012, como un “sitio de divulgación científica sin fines de lucro que busca brindar elementos relevantes, actuales y respaldados por la evidencia científica para apoyar a los lectores en la toma de decisiones más informadas en la vida cotidiana”, acerca de “temas relacionados con ciencia y tecnología de alimentos, nutrición y salud, y seguridad alimenticia”. ¿Su fin? “Dar a conocer datos confiables y válidos científicamente para que los lectores puedan tener una visión crítica frente a la enorme cantidad de información disponible en internet. Lo que nos distingue es nuestro compromiso con la veracidad de los contenidos que publicamos”, aseguran a sus crédulos lectores.

Resaltan que “toda la información que difundimos proviene de fuentes científicamente validadas, de revistas indexadas y de expertos en los campos correspondientes. Los datos presentados aquí cuentan con la mayor neutralidad y objetividad que la ciencia exige, y son resultado de estudios científicos revisados por pares, cumpliendo con los estándares de veracidad establecidos por la comunidad científica internacional”.

En principio se antoja loable que finalmente divulgadores de la ciencia se ocupen de un tema tan complejo y con múltiples dimensiones como la alimentación; no obstante, nos llama la atención que de entrada no declaren que Hablemos Claro surgió como una iniciativa del International Life Sciences Institute (ILSI) de México y de la Universidad Iberoamericana CDMX, un esfuerzo “para crear la primera plataforma en su tipo en México [que] difundirá hallazgos científicos sobre temas de interés alrededor del binomio alimentos-salud”, comentó la doctora Ruth Pedroza, su coordinadora en 2012.

La presentación de Hablemos Claro fue presidida por Javier Prado Galán, vice rector de la Universidad Iberoamericana CDMX, Eduardo Molina Cortina, presidente de ILSI México, y José Franco, titular de la Dirección General de Divulgación de la Ciencia de la UNAM.

Para conmemorar el primer año del portal de información científica Hablemos Claro, ILSI México organizó un programa de

ponencias en el que, entre otros participantes, estuvo James M. Rippe –de quien hablamos en el capítulo 3– con una propuesta alternativa de azúcar líquido. Por su parte, Raúl Portillo, entonces presidente del ILSI, manifestó que “era un orgullo generar un espacio donde haya interacción y contribuir con base científica uniendo gobierno e industria”.

Sin duda, el destino de nuestro país dependerá, entre otros factores, de cómo nos alimentemos. Por ello, estos grupos fachada están demostrando que en todo camino hay desviaciones y que sus orígenes pueden ser borrados con “la tinta indeleble de la trampa vendida”, como dice el escritor Rafael Pérez Gay.

PARA LA REFLEXIÓN

APROLAM

La reciente pandemia de coronavirus está demostrando que el desmantelamiento del sistema nacional de salud dejó a la deriva, entre otros componentes del sistema alimentario, la lactancia materna, que sin una política pública quedó a merced de la creciente penetración de empresas como Nestlé.

Hace muchos años que el Estado abandonó la rectoría sobre la custodia de los bebés en los hospitales, como dice Julieta Ponce, y ahí empezó a darse preferencia a las fórmulas sobre la leche materna, lo que provocó que se fuera perdiendo un saber cultural que se transmitía de las madres a las hijas. El Estado tampoco se preocupó por la capacitación del personal médico de las instituciones.

En este contexto, la Asociación Pro Lactancia Materna (Aprolam) inició sus actividades a escala nacional en 2006, con el objetivo de lograr la capacitación del personal de salud. Para ello publicó los libros *Lactancia humana* y *Temas selectos de lactancia materna*, entre otros instrumentos.

¿De dónde obtiene el financiamiento que requiere Aprolam? De Nestlé, ni más ni menos. El doctor Horacio Reyes, director de la asociación, recibe los recursos que le otorga la empresa para capacitar a los médicos. “Ahí lo que sucede es que la Secretaría de Salud cuenta entre sus resultados que ha capacitado a un gran nú-

mero de profesionales de la medicina en lactancia materna. Lo que no dice es que lo hace a través de Arolam con fondos de Nestlé”, denuncia Julieta Ponce.

“Conozco bien el trabajo de Horacio –interviene el doctor Villalpando–. Él ha entrenado a más de 12 mil profesionales de la salud. ¿De dónde va a sacar para entrenarlos? Mientras pueda mantener la independencia académica e intelectual, lo seguiré haciendo, porque nadie más lo va a patrocinar. ¿Por qué le paga Nestlé? Porque a final de cuentas la empresa puede salir a decir, ‘a ver golpeadores, no me golpeen, estoy promoviendo la lactancia materna’”.

–¿Les queda claro? –nos increpó el doctor Salvador Villalpando—. Estoy de acuerdo con ustedes, Horacio tendría que decir siempre que ha sido patrocinado por Nestlé.

Sin duda, estamos en favor de lo que dice Julieta Ponce, hay que limitar la participación de la industria en la capacitación de la lactancia materna; queremos que así sea. Pero para que eso suceda, el Estado tiene que recuperar la rectoría de políticas públicas en lactancia materna, como en todo lo referente a la alimentación.

NUTRI-CENTER

No queremos dejar de registrar aquí una experiencia que a todas luces nos resulta muy notable y fundamentalmente replicable: la Escuela libre de azúcar, un proyecto desarrollado por la doctora Aída Fayad, directora de Nutri-Center, y aplicado en la Fundación John Langdon Down.

El modelo nutricional se llevó a cabo con adolescentes y adultos con síndrome de Down, a fin de que “construyan y reafirmen hábitos alimentarios saludables que mejorarán su desarrollo físico, social y mental”. Fue presentado como propuesta de #HablemosDeSalud –iniciativa creada por la Fundación Mexicana para la Salud y la Facultad de Medicina de la UNAM–, en su convocatoria de 2018.

La estrategia para eliminar el azúcar se trabajó con los alumnos, el personal docente, todos los trabajadores de la escuela y los padres de familia. Hubo una restricción importante: nada de

azúcar ni de productos ultraprocesados, refrescos o juguitos. “La prohibición fue para todos, desde el señor que abre la puerta, hasta la persona que hace el aseo de la escuela. Ésa es la ley, ésa es la regla y las reglas se hicieron para cumplirse”, puntualizó la nutrióloga Fayad Hassan.

El doctor Rivera Dommarco en la discusión sobre la propuesta, publicada en Cuadernos #HablemosDeSalud, manifestó: “Esto es lo que necesitamos en el país, y lo hicieron con muy alta calidad. Por otro lado, combinaron educación y comunicación educativa para lograr la voluntad de adopción de una conducta saludable, con la modificación del entorno. Ahí es donde hay resultados”.

LA DIMENSIÓN DESCONOCIDA

Hay personajes cuyas trayectorias no sólo resultan loables, sino también dignos ejemplos a seguir. Pero en los *universos para-le-los*, parafraseando a Rafael Barajas, *El Fisgón*, nos encontramos con quienes tienen un lado oscuro, una dimensión desconocida.

Uno de estos personajes en cuestión –que dirigió la Facultad de Medicina de la UNAM, fue rector de esta casa de estudios y secretario de Salud–, en la actual coyuntura de la pandemia del Covid-19, acusó a la Secretaría de Salud de mentir en el manejo de las cifras, señalando específicamente que el subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud, doctor Hugo López-Gatell, “ha cambiado, ha mentido y ha transformado la realidad”.

¿Qué credibilidad puede tener este aspirante fallido a la Presidencia Nacional del PRI (al cual renunció luego de 46 años de militancia), ex miembro del Comité Directivo del Instituto Aspen México e integrante del grupo de amigos del mismo? Un personaje que en su currículum vitae registró haber obtenido un posgrado en la Universidad de Birmingham, Inglaterra, cuando esta institución “niega haber otorgado un grado académico de posgrado a Narro Robles: ni maestría ni doctorado. En consecuencia, no hay en los acervos de dicha universidad tesis o trabajo de posgrado alguno que sea autoría del ex rector de la UNAM”, documentó Ernesto Villanueva en la revista *Proceso* en 2016.

Más aún, Narro Robles consignó estar certificado por el Consejo Nacional de Salud Pública como médico especialista, aunque para obtener tal certificación no cumplió con el requisito de título y cédula de maestría o especialidad, pues al menos hasta ese momento sólo contaba con la cédula profesional de médico general; o sea, no había certificación que lo acreditara como autoridad en materia de salud.

El ex secretario de Salud está bueno para acusar, pero hasta ahora ha guardado silencio sobre el porqué *cambió, mintió y transformó la realidad* del currículum vitae que entregó a la Junta de Gobierno y al Consejo Universitario de la Máxima Casa de Estudios. ¿Será que finalmente se creyó sus propias mentiras o considera que ya quedaron en el olvido y, por lo mismo, puede seguir simulando y engañándonos?

Por si fuera poco, en la actualidad ya se investiga a José Narro porque, entre sus cuentas pendientes como secretario de Salud –además de *dejar hacer, dejar pasar* en materia de compras de medicamentos caros a diez empresas que monopolizaban el mercado–, participó con su empresa, Comercializadora Pentamed, del negocio farmacéutico. De comprobarse estos cargos, habría incurrido en un conflicto de interés irrefutable que ha traído serias consecuencias en tiempos recientes, por no hablar de su responsabilidad en relación con los más de 300 hospitales que su administración dejó en lamentable estado de abandono.

Siguiendo la pista de los que han sido secretarios de Salud nos encontramos con que la Facultad de Medicina de Universidad Nacional Autónoma de México ha resultado ser una verdadera fábrica de ellos, pues de ella egresaron Guillermo Soberón Acevedo (1982-1988), Juan Ramón de la Fuente (1994-1999), Julio Frenk Mora (2000-2006), Mercedes Juan López (2012-2016) y José Narro Robles (2016-2018), además de Jorge Carlos Alcocer, actual titular de la Secretaría de Salud.

De José Narro hemos hablado suficiente, y en páginas anteriores ya nos asomamos también al perfil de Juan Ramón de la Fuente y al de otro ex rector de la UNAM, Guillermo Soberón, aunque de este último agregaremos algunas precisiones. Recordemos que junto con los banqueros Carlos Abedrop y Rubén Aguilar

impulsó la creación de Funsalud (1985) durante su ejercicio en la Secretaría de Salud, la cual presidió por 16 años y de la que luego y hasta su muerte fue presidente emérito.

Desde hace más de tres décadas, Guillermo Soberón, a través de Funsalud, abrió la puerta a los empresarios y a partir de entonces los demás secretarios colaboraron para que éstos marcaran la pauta de las políticas públicas de salud y fueran transformando el sistema a la medida de sus intereses, según documenta Paola de Loera:

La mano de la organización se aprecia en dos cambios trascendentales al sistema de salud: la descentralización de los servicios y la implementación del Seguro Popular. La descentralización fue liderada por Guillermo Soberón Acevedo [...] en el sexenio de Miguel de la Madrid.

El Seguro Popular es el brazo operativo del Sistema de Protección Social en Salud; este sistema se conformó en el sexenio de Vicente Fox bajo el Programa Nacional de Salud, apoyado activamente por la Funsalud.

De Loera señala, también, que a pesar de que en Funsalud se concretó la aspiración de empresarios que promovían la intervención de la iniciativa privada en la salud pública, su creación corrió a cargo de fondos públicos, otorgados por Miguel de la Madrid, no privados. Incluso después del terremoto de 1985, que destruyó el Centro Médico Nacional y el Hospital General de México, la fundación captó donativos internacionales para destinarlos a la reconstrucción. En el sexenio de Ernesto Zedillo, cuando Juan Ramón de la Fuente era secretario de Salud, Hacienda apoyó a Funsalud para que pudiera movilizar recursos nacionales e internacionales.

Durante el sexenio de Salinas de Gortari se construyeron sus instalaciones en un terreno donado en comodato por Jesús Kumate, secretario de Salud (1988-1994), quien luego se convirtió en socio honorario de la fundación. Así, dentro de esa organización se colocaron los cimientos neoliberales del complejo empresarial de la salud y, al mismo tiempo, se fue desmantelando todo el sistema de salud pública.

Detengámonos ahora en el universo paralelo de Julio Frenk. Nos recuerda Paola de Loera que “dos años antes de asumir [su cargo como secretario de Salud] fue vicepresidente ejecutivo de la organización *lobbista*”, además de ser impulsor del Seguro Popular e instituir la Comisión Federal de Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris), durante el gobierno de Vicente Fox.

Pero los humos que desprendieron sus nexos con la industria tabacalera –iniciados abiertamente cuando fue director del Instituto Carso de la Salud– y sus pactos con Philip Morris y British American Tobacco, nublaron en dos ocasiones su aspiración de dirigir la Organización Mundial de la Salud, según información del *British Medical Journal* que María Sainz retomó para *Elmundo.es Salud*.

Más aún, destaca que el doctor Frenk se negó a “aumentar los impuestos sobre el tabaco durante dos años y medio. A cambio [...] de que Philip Morris y British American Tobacco donaran un peso [...] por cada cajetilla de cigarrillos vendida”. Ante ese inocultable conflicto de interés, argumentó que no fue un acuerdo amistoso sino un medio para financiar la salud pública. Sin embargo, además del impuesto, las tabaqueras impusieron otras condiciones “para desembolsar los cerca de 400 millones de dólares”, entre otras, que la publicidad no tuviera un tamaño tan pequeño y los avisos de salud en las cajetillas fueran pequeños y sin imágenes.

Todas esas cláusulas, detalladas en el *British Medical Journal*, “no cumplen con algunos de los requisitos del Convenio Marco para el Control del Tabaquismo. Un tratado que México ratificó en mayo de 2004, cuatro días antes de la firma del acuerdo con las tabaqueras”.

No hay resquicio de duda frente al escenario paralelo en el que se movía Julio Frenk: por un lado, el ex secretario de Salud alentaba a los diputados a no subir el impuesto al tabaco para no perder las aportaciones de la industria y, por el otro, declaraba que elevar el impuesto a los cigarros era la mejor forma de desalentar el consumo entre los jóvenes. ¿Entonces en qué quedamos?

Otro de los personajes emanados de las filas de la Facultad de Medicina de la UNAM es Mercedes Juan López, quien durante su mandato en la Secretaría de Salud se encargó de dar continuidad al objetivo de Funsalud: “La implementación de un sistema univer-

sal de salud donde compitan actores públicos y privados”, de acuerdo con Paola de Loera, corroborado por *Méxicoleaks* e investigado de forma independiente por *RindeCuentas.org*.

El sistema universal de salud que se proponía pretendía “homologar los servicios de las diferentes instituciones de salud pública en México para que toda la población –asegurados y no asegurados– tenga acceso a una cobertura universal de servicios médicos denominada Paquete de Garantías Explícitas de Salud. Para financiar el proyecto se debe crear un fondo único que se alimentaría de los presupuestos de las instituciones públicas y la aplicación de un impuesto generalizado”, explica Paola de Loera.

Mercedes Juan López, que había renunciado a la presidencia ejecutiva de Funsalud para ser secretaria de Salud, en uno de sus primeros anuncios planteó una reforma sanitaria “que nos lleve a lograr la universalidad de los servicios de salud [admitiendo] que se basaría en un estudio elaborado por Funsalud”.

Ella se convirtió en la principal impulsora de esta visión comercial de la salud, y en proponer la provechosa salida ante la imposibilidad de las instituciones públicas de atender a toda la población: “el gobierno tendría que pagar a los hospitales privados para que oferten el Paquete de Garantías a aquellos descobijados por la saturación de las instituciones de salud públicas. Este hecho supondría una transferencia de recursos públicos a la iniciativa privada, que beneficiaría enormemente a los empresarios de la salud”.

La influencia que ejerció Funsalud en el rumbo que tomó la Secretaría de Salud ha sido tan relevante, que siete de los últimos nueve secretarios han sido integrantes de esta fundación o se han vinculado estrechamente a ella. Es claro que de continuar por ese sendero, donde la salud es vista como negocio, en esta dimensión ya conocida los mexicanos estaremos a merced de las grandes corporaciones e incrementando sus beneficios económicos.

GENARO BORREGO ESTRADA

La historia de Genaro Borrego encarna a la perfección el modelo del político mexicano de la era neoliberal, capaz de pasar de la

gubernatura de Zacatecas de 1986 a 1992, con la bendición del presidente Carlos Salinas de Gortari, a incrustarse en las redes de poder tejidas por la gran industria de alimentos y bebidas.

Egresado de la Universidad Iberoamericana, nunca dejó de codearse con la iniciativa privada. Esa familiaridad de trato hizo que en 1993, cuando estaba como dirigente del Comité Ejecutivo Nacional del PRI, Salinas de Gortari le pidiera pasar la “charola” a los empresarios para respaldar la campaña del PRI en 1994. Esto no fue un obstáculo para seguir escalando.

De 1993 a 2000, como director general del IMSS, comenzó a deslizarse en la pendiente de los conflictos de intereses, pues desde su cargo le dio preferencia a empresas privadas del sector farmacéutico e incluso su gestión marcó un parteaguas en el inicio del desmantelamiento del Seguro Social y su privatización por medio de contratos y licitaciones.

Tras su renuncia al PRI en 2006, Genaro Borrego brincó a través de la dimensión desconocida en 2007 a las filas de FEMSA, que lo acogió en su seno para aprovechar sus relaciones políticas en el gobierno federal.

Como consejero y director de Asuntos Corporativos de Fundación FEMSA, cabildeó junto con Jaime Zabłudowsky, el dirigente de ConMéxico, para reducir a la mitad el impuesto a las bebidas azucaradas, mientras se debatía en el Congreso la Ley de Ingresos 2016.

Teníamos entendido que Borrego se jubiló en 2019 de FEMSA, y que en su lugar se designó a Roberto Campa Cifrián. Pero conforme a nuestras indagaciones, se trata de un enroque en el equipo directivo de FEMSA. Porque lo cierto es que, mientras escribíamos estas líneas, en la página de la Fundación FEMSA el nombre Genaro Borrego seguía apareciendo entre los consejeros y con el mismo cargo, director de Asuntos Corporativos.

Paralelamente, Funsalud buscó sus “buenos oficios” para llevarlo a la vicepresidencia de su Consejo Directivo, cargo que ocupó hasta 2019 y donde también hizo mancuerna con Jaime Zabłudowsky, siempre atento a todos los escenarios donde actúa la industria.

CARLOS SALAZAR LOMELÍN

Este regiomontano no sólo seguía hasta febrero de 2021 como presidente del Consejo Coordinador Empresarial, que agrupa a las principales cámaras del sector, sino también tiene proyectos empresariales propios relacionados con la fabricación y venta de galletas y cereales, productos que gozan de (mala) fama entre los grandes colaboradores de las altas tasas de obesidad en México.

En la dimensión desconocida, además –al igual que (sí, otra vez) Jaime Zabłudowsky–, es miembro del consejo del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), grupo fachada que tuvo una destacada participación en el Observatorio Mexicano de Enfermedades no Transmisibles (OMENT) de la mano del Instituto Aspen, según ya lo documentamos. No podía ser de otro modo teniendo como consejeros a esta mancuerna.

Aparte de ser buen amigo de Alfonso Romo, ex jefe de la Oficina de la Presidencia de la República, Carlos Salazar Lomelín es un personaje bien fogueado en las grandes ligas de la industria de alimentos y bebidas, en especial en el equipo de Coca-Cola FEMSA.

En este poderoso consorcio, fue director general de la Cervecería Cuauhtémoc-Moctezuma, ocupó la dirección general de Coca-Cola FEMSA desde 2000 hasta 2014 y luego fue director general de FEMSA de 2014 a 2018. Hoy sigue siendo consejero de la Fundación Coca-Cola México –donde fue asesor de la presidencia del anterior Consejo Directivo– y se mantiene como consejero y asesor de la presidencia de la Fundación FEMSA.

Por tales motivos, puede afirmarse que Carlos Salazar Lomelín, junto con Genaro Borrego, han sido dos de los principales arquitectos de *Oxxilandia*, esa especie de paraíso del consumo de los comestibles chatarra, tabaco y alcohol. Oxxo surgió, en principio, para la venta de cerveza y botanas, lo cual definió su naturaleza desde su origen.

RECUADRO 07

TOMAR LOS SIGUIENTES PASOS PRELIMINARES

- Separar todos los vínculos con el ILSI, incluida la Fundación de Investigación ILSI y su *journal Nutrition Reviews*.
- Emitir una declaración pública condenando la interferencia del ILSI en la política de salud pública y la promoción de la ciencia basura.
- Proporcionar una declaración de intereses global completa de sus donaciones políticas y caritativas para mejorar la transparencia y la divulgación pública dentro de la corporación e ilustrar la cantidad de financiamiento proporcionada al ILSI y otros grupos respaldados por la industria.
- Establecer un comité para evaluar pública e independientemente las responsabilidades de salud pública de las corporaciones, incluido el financiamiento de grupos de fachada como el ILSI.

**Tomado de: Asociación para un planeta no saludable: Cómo las grandes empresas interfieren con la política de salud global y la ciencia, Corporate Accountability.*

RECUADRO 08

RECOMENDACIONES A GOBIERNOS

- Declarar públicamente las interacciones directas del gobierno con el ILSI, incluidas las interacciones de funcionarios públicos de las siguientes agencias de Estados Unidos: Departamento de Agricultura, Departamento de Salud y Servicios Humanos, Centro para el Control de Enfermedades

des y la Administración de Alimentos y Medicamentos, que trabajan con el ILSI.

- No permitir que el ILSI y otros grupos de la industria nombren participantes en los procesos oficiales de políticas de alimentación y nutrición, como el desarrollo de las Guías Dietéticas de Estados Unidos.
- Prohibir que aquéllos con vínculos con el ILSI y otros grupos de la industria participen en las Guías Dietéticas de Estados Unidos y otros procesos similares.
- Descontinuar todas las asociaciones y “participación” con el ILSI, lo que incluye no permitir que los empleados gubernamentales actuales se afilien de alguna manera con el grupo.
- Mantener prohibiciones sobre “puertas giratorias”, incluidos los periodos obligatorios de “enfriamiento” o “espera” para que los ex funcionarios públicos o en activo participen en actividades de cabildeo.
- Implementar prohibiciones obligatorias apropiadas de “puertas giratorias” para reducir la influencia de la industria en las políticas públicas.
- Mejorar los requisitos formales de declaración de financiamiento electoral o reglamentario para las donaciones caritativas corporativas, a fin de aumentar la transparencia y la rendición de cuentas hacia la filantropía corporativa, una estrategia que a menudo se usa como influencia política.
- Optimizar los requisitos de declaración pública de conflicto de interés para las organizaciones sin fines de lucro exentas de impuestos y responsabilizarlas si los tres estados financieros más recientes no están disponibles al público.

**Tomado de: Asociación para un planeta no saludable: Cómo las grandes empresas interfieren con la política de salud global y la ciencia, Corporate Accountability.*

RECUADRO 09

RECOMENDACIONES A INSTITUCIONES ACADÉMICAS

- Separar todos los vínculos con el ILSI, incluida la Fundación de Investigación ILSI y el journal *Nutrition Reviews*.
- Emitir una declaración pública condenando la interferencia del ILSI en la política de salud pública y la promoción de la ciencia basura.
- Prohibir a sus empleados tomar el apoyo financiero del ILSI o afiliarse de otra manera con el grupo.
- Dejar de recibir fondos para investigación de grupos financiados por la industria de alimentos y bebidas, como el ILSI, o la propia industria.

**Tomado de: Asociación para un planeta no saludable: Cómo las grandes empresas interfieren con la política de salud global y la ciencia, Corporate Accountability.*

RECUADRO 10

**CONSULTORA FACHADA:
SUSANA SOCOLOVSKY**

Aunque fue presentada como la gran experta científica en materia de alimentación, la doctora Susana Socolovsky parece haber sido traída a México en septiembre de 2019, más que a dictar cátedra, a reprobador el etiquetado frontal de los alimentos y bebidas ultraprocesados que estaba discutiéndose en México, tachándolo de “incorrecto”.

La ex presidenta de la Asociación Latinoamericana de Ciencia y Tecnología de Alimentos (ALACCTA) descalifi-

có rotundamente al etiquetado frontal en México porque se basa en el modelo de perfil de nutrientes que impulsa la Organización Panamericana de la Salud, el cual dijo que no permite al consumidor distinguir entre productos industrializados tradicionales y comestibles reformulados bajos en calorías. El etiquetado frontal es “incorrecto” no por los sellos de advertencia, sino por el cálculo usado para establecer qué productos deben portarlos, dictaminó.

Afirmó, con la camiseta de la industria bien puesta, que además inhibiría las innovaciones tecnológicas en la producción de alimentos, debido a la generalización de productos independientemente de su composición nutrimental; deliberadamente omitió que la información nutrimental seguirá colocándose al reverso del producto, o está mal informada.

Asimismo, negó que exista relación entre la obesidad y los comestibles chatarra: “El consumo de alimentos ultraprocesados no tiene nada que ver con el índice de masa corporal, a menos que yo quiera forzar la correlación”, se cansó de decir en varias entrevistas. Y así por el estilo:

En *RedFinancieraMX* recurrió al viejo truco del libro de jugadas de descalificar a la ciencia reguladora, porque la ciencia sólida sólo la hace la industria: “La científica advirtió que si se aplica en nuestro país este tipo de etiquetado, el 95% de los productos del supermercado quedarían señalados, mayormente con inexactitudes en cuanto a supuestos riesgos de ingesta. ‘Es un absurdo’”.

También “llamó a una convergencia de opiniones basadas en la ciencia y no en mitos nutrimentales y franco desconocimiento de la tecnología de alimentos”. En otros espacios se ha quejado de “ataques sin fundamento científico a la ciencia y tecnología de alimentos”.

En *El Economista* volvió a demostrar su desconocimiento del conjunto de políticas públicas que se han tratado de impulsar en México desde hace más de una década, persistentemente boicoteadas por la industria: “¿Cómo pueden

esperar que una sola medida de etiquetas de alerta en productos envasados vaya a tener resultado?”.

Incluso minimizó los conflictos de intereses, como si ignorara que la industria se ha encargado de nutrir el ambiente obesogénico: “En México constantemente se está dirigiendo el tema hacia los conflictos de intereses; obviamente ellos [los industriales] tienen conflictos de intereses, pero en muchos casos no se tiene mala fe y están dispuestos a colaborar porque son parte del problema de la obesidad, desautorizarlos es ridículo”.

¿Cuántas oportunidades demostraron en el pasado que, simulando “colaborar”, buscaban imponer su punto de vista? Más bien, era la industria la que intentaba quitarle autoridad (o desautorizar, que es lo mismo) al Estado.

Como se ve en su página de internet, la Asociación Argentina de Tecnólogos Alimentarios que ha encabezado Susana Socolovsky tiene entre sus “socios empresarios e institucionales” a Coca-Cola Argentina.

Eso podría explicar, entre otras cosas, la participación de esta consultora en la Reunión Anual de la Organización Mundial de Investigación del Azúcar (WSRO, por sus siglas en inglés), celebrada por primera vez en Buenos Aires, en 2017. La WSRO es una asociación civil con sede en Londres a la que se ha identificado como el *lobby* científico de la industria azucarera mundial, en el que participan corporaciones como la Asociación Azucarera de Estados Unidos y Coca-Cola. Una industria que, como la del tabaco, se acostumbró a manipular la ciencia.

¿Más claro el conflicto de interés de Susana Socolovsky?

CONCLUSIONES

ALIMENTACIÓN Y CIENCIA EN TIEMPOS DEL CORONAVIRUS

Imposible no enmarcar las conclusiones del trabajo que tiene en sus manos en el contexto de la pandemia de 2020, en los tiempos del coronavirus. Al margen de todas las asociaciones que podríamos entretrejer con nuestro tema, hay varios puntos que se relacionan directamente y de manera fundamental.

Hasta la violenta irrupción en nuestras vidas de esta epidemia, causada por un virus para el que no hay medicamento que valga, capaz de matar a una persona en menos de una quincena, en México otra epidemia fue pertinaz y enfermizamente encubierta, solapada y minimizada durante más de tres décadas, con ayuda de ciertas artes y ciencias: la epidemia de sobrepeso y obesidad que afecta a siete de cada diez mexicanos adultos y a uno de cada tres niños, y de la que se derivan múltiples afecciones crónicas de la salud, como la diabetes y las enfermedades cardiovasculares.

De ser una noticia casi perdida en las redes, súbitamente se convirtió en *trend topic*: aparte de la edad avanzada, quienes tienen sobrepeso y obesidad o alguno de los padecimientos que suelen acompañarlas, de golpe son más vulnerables al SARS-CoV-2. En otras palabras, una condición que mata de a poquito, lenta y a veces silenciosamente, se volvió la nota de portada y factor decisivo para morir en dos semanas.

Así lo demostraron las estadísticas de los fallecimientos: a diferencia de países europeos –donde la mayoría de los decesos ha ocurrido en personas de la tercera edad–, en México un porcentaje considerable de los pacientes que han muerto o requirieron hospitalización por haber adquirido el Covid-19 tenían menos de 40 años y padecían además sobrepeso, obesidad o alguna de las enfermedades crónicas asociadas a la mala alimentación. De poco valió tener el llamado bono demográfico, de ser una nación integrada por un alto porcentaje de jóvenes.

No sólo eso. El contexto tiene algo que lo torna aún más especial en el caso de nuestro país. Hace muy poco tiempo, en la actual administración se logró finalmente que se aprobara un nuevo etiquetado frontal en los productos industrializados, una acción que forma parte de un paquete de medidas que se intentó impulsar durante los pasados dos sexenios, para disminuir las tasas de obesidad, crecientes desde hace tres decenios.

¿Y quiénes creen que forman parte fundamental del equipo que ha estado impulsando esas políticas públicas en salud alimentaria, aparte de los representantes de la sociedad civil y algunos funcionarios? Pues los mismos que integran el equipo de salud encargado de diseñar y poner en práctica en México la estrategia contra la pandemia, coordinado por el doctor Hugo López-Gatell. Aunque hay de todo en esta villa e incluso se encuentran críticos de buena fe, ¿ustedes creen que es casual la campaña en su contra por la forma en que se ha enfrentado la pandemia, desatada sobre todo por los medios de información, que se acostumbraron a depender no de sus audiencias o lectores, sino de la venta de espacios publicitarios a empresas y gobiernos, con todos los compromisos que esto supone?

Por supuesto, entre los anunciantes están corporaciones poderosas que en sexenios anteriores encontraron socios y cómplices para evitar, minimizar o postergar (de ser posible hasta el infinito) una serie de políticas, programas y acciones para regular tanto la venta de sus comestibles y *bebestibles* ultraprocesados, como el ambiente obesogénico. Los mismos productos cuyo consumo desmedido ahora señala el subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud como los causantes principales del debilitamiento de nuestro sistema inmunológico (y también de nuestro sistema alimentario y de la dieta tradicional que nos mantuvo saludables durante siglos).

Para la industria de alimentos y bebidas, el etiquetado es una herida que sigue sangrando, si nos atenemos a sus respuestas ante las crisis de salud, la nueva y la anterior. Por eso ha apelado a todos los medios y recursos, incluido el golpeteo, la difamación y cualquier otra argucia a su alcance, para intentar resarcir ese agravio y acabar con ese equipo, con tal de volver a lo mismo de siempre, con lo que le permitió encubrir la epidemia de obesidad y minimizar sus consecuencias a lo largo de más de tres décadas. No se dará por vencida fácilmente.

Sin embargo, en las actuales circunstancias su posición y sus argumentos ya resultan indefendibles, al quedar al descubierto que sus productos atentan contra la salud, pues si antes sabíamos que en condiciones normales provocan lentamente la muerte, ante la situación actual pueden contribuir a ella en cuestión de días. Ya no hay excusa ni pretexto para postergar el paquete de medidas de salud alimentaria.

Al Estado no le queda más remedio que retomar la rectoría de la vida nacional que tuvo en decenios pasados, a fin de concebir e instrumentar un sistema alimentario integral, saludable y sustentable, justo y culturalmente pertinente. Un sistema que anteponga la seguridad y el bienestar de la población, sin descuidar el aspecto económico a través de la reactivación de la agricultura en pequeña y mediana escala, ya no para la exportación, sino para la producción de alimentos saludables de forma ambientalmente sustentable y dentro de un comercio justo.

En este sistema está llamado a cumplir un papel crucial el Grupo Intersecretarial de Salud, Alimentación, Medio Ambiente y Competitividad (GISAMAC), en el que participan las secretarías de Salud, Agricultura, Economía, Educación, Medio Ambiente, Bienestar e instituciones de investigación, conformado en 2019 para abordar con una perspectiva integral y transversal la problemática alimentaria, desde la producción en el campo hasta la industrialización, las cadenas de suministro y finalmente el consumidor, razón de ser de todo ello.

Este grupo tiene la gran responsabilidad de lograr la construcción de un sistema agroalimentario y nutricional nuevo, así como establecer un cambio sistémico, estructural y paradigmático en la forma en que producimos y consumimos alimentos en México.

Por supuesto, en tal sistema podría participar la industria de alimentos y bebidas, siempre y cuando empiece por asumir verdaderamente su responsabilidad en la situación actual de la salud pública. Su compromiso tendría que manifestarse ya no mediante engañosos programas de responsabilidad social y ambiental, ni con el financiamiento de investigaciones a modo que desacrediten las evidencias en contra de sus productos o ensalcen sus virtudes, aunque eso suponga moderar sus ganancias. Si de verdad quiere comprometerse, debe ser a través de la colaboración auténtica con las políticas de salud alimentaria, pero sin contraponerse ni interferir con ellas, y paralelamente realizar la reformulación sustancial de sus productos para contribuir a resolver de fondo el problema de salud pública que representan la obesidad y las enfermedades que la acompañan.

Esto supone, como es evidente, una industria alineada con los objetivos de la salud. Ello implica, necesariamente, dejar de provocar conflictos de intereses de servidores públicos e investigadores, académicos, profesionales de la salud y la nutrición, así como de las instituciones donde se desenvuelven: institutos de salud, universidades, centros de investigación y sociedades profesionales.

Como hemos visto en este libro, el nuevo panorama que se abre supone también desafíos para la comunidad científica en México y su organismo rector, el Conacyt. La ciencia comprometida con la verdad y con la sociedad está llamada a sacudirse los

conflictos de intereses, para vacunarnos del virus de la ignorancia que nos ha hecho vulnerables a la infodemia premeditada de desinformación sobre la alimentación, que nos ha llevado a la epidemia de obesidad.

Sintetizamos nuestras conclusiones en cuatro temas: los que tienen que ver con los aspectos más generales del conflicto de intereses; los relacionados con la ciencia y la investigación científica, las universidades, los centros de investigación, los académicos y profesionales de la salud y la nutrición; las políticas de salud pública en materia de alimentación, y la industria y sus grupos afines.

CONFLICTOS DE INTERESES

Como hemos visto, en el campo de la salud pública resulta complicado juzgar en algunos casos la interacción de los científicos, investigadores, académicos y profesionales de la salud y la nutrición con la industria alimentaria y de bebidas, cuando llegan a ese callejón oscuro que es el conflicto de interés, sobre todo porque durante muchas décadas varios de ellos acostumbraron seguirlo como un camino natural y transitaron por él ingenuamente, sin distinguir límites éticos.

Sin duda, la carencia de financiamiento para la investigación en nutrición empujó a esa inercia de colaboración, cuyos efectos nocivos para la salud hoy saltan a la vista y por lo mismo necesita terminar, pues es la vida de las personas lo que debe anteponerse, no las ganancias de las empresas.

Todos los seres humanos simplemente por tener una postura ante un tema podemos incurrir en conflicto de interés. Pero lo que nosotros quisimos investigar aquí, por sus repercusiones en la salud de la población, son los conflictos de interés relacionados con los lazos financieros creados por la industria con las universidades, los centros de investigación científica y las sociedades profesionales, porque pueden influir en los resultados de los estudios que realizan y sus respectivas recomendaciones. Esto se traduce, como documentamos a lo largo de estas páginas, no sólo en lo que llega a nuestras mesas, sino en la información con la cual los legisladores y

tomadores de decisión determinan las políticas públicas en materia de alimentación.

De ahí que entre las conclusiones principales destacan la urgencia de que en el campo de la salud se blinden las políticas en materia de alimentación de los intereses comerciales y se revisen y enriquezcan las propuestas de regulación de las relaciones de conflictos de interés existentes, a fin de aplicarlas también a instituciones educativas, científicos, académicos y asociaciones de profesionales, pues la legislación vigente sólo contempla a los servidores públicos.

Es necesario que los investigadores y profesionales en salud y nutrición tengan claro en qué consisten los conflictos de interés y cómo identificarlos, aparte de asumir la obligación de declararlos cuando existan; pero deben tener claro que éste es sólo el primer paso, porque no basta con declarar un financiamiento o revelar intereses involucrados, sino que es imprescindible prevenir estos conflictos a través de una adecuada gestión. Asimismo, cabe alertarlos sobre el sutil sistema de seducción a través de regalos y dádivas.

De una manera más general, se desprende la necesidad de impedir a las empresas de alimentos y bebidas financiar investigaciones, actividades académicas o de otro tipo, e inclusive brindar apoyos para equipos, insumos e infraestructura, así como a las instituciones de educación superior y sociedades de profesionales en salud y nutrición solicitar o aceptar tales apoyos económicos. Aunque existen posiciones dispuestas a recibir esos financiamientos bajo estrictas reglas de transparencia, fijando lineamientos claros sobre condiciones inaceptables en la injerencia de la industria, nosotros consideramos que en rigor debe prevalecer la total independencia de ellas cuando se trata de la salud.

Estamos convencidos de la urgencia de emprender una amplia campaña de comunicación educativa a todos los niveles en materia de conflicto de intereses, esencialmente para que los ciudadanos podamos analizarlo y discutirlo. Si los investigadores, legisladores o simples consumidores no tenemos elementos acerca de la calidad de la información recibida, o de cómo puede estar influenciada por intereses de la industria alimentaria y de bebidas

no podremos tomar mejores decisiones acerca de nuestra alimentación. En cambio, si se ventilan como una práctica cotidiana, al igual que se hace hoy con las *fake news*, seremos capaces de preguntarnos de dónde viene la información, quién está detrás de ella, cuáles efectos tienen en nuestra salud los productos ultra-procesados...

Resulta de vital importancia entender claramente que los conflictos de interés implican la captura de los intereses públicos como la salud, la educación o la investigación por parte de intereses privados y perjudican la integridad de la gestión pública. Hoy que se habla tanto del combate a la corrupción, es preciso comprender que además de sobornos y fraudes, ésta involucra también el uso de intereses públicos como si fueran privados.

Hemos procurado a lo largo de esta investigación mostrar la complejidad del tema del conflicto de interés, en el cual no siempre es sencillo distinguir la línea divisoria entre lo prudente y lo imprudente, lo correcto y lo incorrecto, lo ético y lo deshonesto, lo corrupto y lo íntegro. No pretendemos de ninguna forma erigirnos en un tribunal. Nuestros cuestionamientos se dirigen primordialmente a las malas prácticas asociadas con los conflictos de intereses, más que a señalar personas concretas, aunque ha sido imposible no mencionarlas por su nombre como parte del ejercicio periodístico. Si logramos que los ciudadanos reflexionen sobre esta problemática y cómo abordarla y prevenirla, habremos conseguido nuestro propósito.

CIENCIA, ACADEMIA Y SOCIEDADES PROFESIONALES

De acuerdo con lo documentado, ya no podemos continuar pensando en la ciencia como en una especie de religión capaz de conducirnos a la verdad objetiva y el conocimiento, si seguimos esa especie de receta conocida como método científico e independientemente de quién la haga y quién ponga el dinero.

Tampoco es posible que creamos que todo cuanto se hace en nombre de la ciencia o con su ayuda es intrínsecamente en bien de la humanidad, ni que es ajena a los intereses políticos o

económicos. Y menos aún podemos seguir entendiendo necesariamente el progreso científico y tecnológico como sinónimo de bienestar humano.

Para desencanto de muchos y confirmación de otros, no cabe sino concluir que aunque sin duda existen investigadores científicos independientes en México y en todo el mundo, al ponerse en los últimos 50 años cada vez más al servicio de las corporaciones, buena parte de la ciencia, la tecnología y la innovación realizadas se ha convertido en capital intelectual, fuente de poder, mecanismo para hacer negocios y combustible de industrias que fabrican productos dañinos a la salud, entre ellos los comestibles ultraprocesados y las bebidas azucaradas.

A merced de una mentalidad economicista que raya en la locura, ha llegado a tal extremo el uso y abuso de la tecnociencia corporativa que hoy en día está llevando al límite la viabilidad de la vida en el planeta. Esta tecnociencia ha conducido al desarrollo de una serie de productos que dañan la salud, entre ellos los comestibles ultraprocesados y, al mismo tiempo, a todo un conjunto de tácticas integradas en lo que se conoce como el libro de jugadas de la industria.

Otra de las conclusiones más importantes que queremos compartir con los lectores es develar que algunas de esas tácticas se valen de la investigación científica y de las universidades, escuelas de nutrición y sociedades de profesionales de la salud para secuestrar la objetividad, la independencia y la neutralidad, promoviendo la incertidumbre para combatir las evidencias científicas con estudios disfrazados de ciencia, pero que en realidad no son sino estrategias de marketing. Ésta ha sido una constante en todas las controversias tecnocientíficas: transgénicos, cambio climático, tabaquismo, contaminación, ultraprocesados...

Queremos dejar en claro que el fin último de ese libro de jugadas consiste en la fabricación de la ignorancia a través de sembrar dudas acerca de los daños que provocan los productos ultraprocesados, exaltar sus supuestos beneficios o menospreciar y tergiversar los efectos sobre la salud de los alimentos tradicionales, por ejemplo. Finalmente esto termina en información y consejos engañosos que llegan a nuestras mesas y al escritorio de quienes

diseñan las políticas públicas. Es hora de detener esta construcción masiva de ignorancia, que resulta indignante.

De ahí la trascendencia de consolidar y ampliar el derecho de los consumidores a la salud y a la alimentación, comenzando por tener acceso a una información veraz, oportuna, independiente y libre de conflicto de intereses.

En nuestro caso, la ciencia que se ha hecho en México está en deuda con la sociedad, pues poco o nada contribuyó a reducir la pobreza, a detener el deterioro ambiental, a prevenir la epidemia de sobrepeso, obesidad y enfermedades no transmisibles ni a la autosuficiencia y soberanía alimentarias, pese al aumento notable del aparato científico y tecnológico en las últimas tres décadas.

Por lo mismo, el Conacyt está obligado a restaurar la propiedad pública de la ciencia y la tecnología, es decir, a recuperar la rectoría del Estado, revirtiendo la política que puso parte del sistema científico nacional al servicio del sector privado de la economía. Tiene que dar muestras contundentes de que, como lo ha ofrecido la administración actual, impulsará la investigación científica independiente y sin conflicto de intereses, el desarrollo tecnológico y la innovación para generar soluciones a los grandes problemas del país.

En ese sentido, es fundamental el impulso de investigaciones multi, inter y transdisciplinarias que aporten evidencias científicas contundentes al diseño de políticas en materia de salud alimentaria, protección de la agrobiodiversidad y el patrimonio biocultural, seguridad y soberanía alimentarias.

Mucho contribuiría no sólo hacer más eficiente el presupuesto, como hoy se pretende, sino de plano elevarlo para reducir la precariedad del trabajo académico y de investigación, la cual ha sido mediocremente paliada por un engañoso y discutible Sistema Nacional de Investigadores.

Estamos seguros de que la universidad es un espacio abierto a la diversidad de ideas, pero también especialmente fértil para que la industria de alimentos y bebidas ejercite su libro de jugadas con investigadores dispuestos a correr el riesgo de realizar estudios patrocinados por empresas. Ahí es posible encontrar académicos prestos a cuestionar las evidencias de la ciencia de quienes impul-

san políticas públicas en materia de salud, de quienes hablen en su favor en congresos o sean consultores en tribunales.

De igual manera, los investigadores no deben anteponer su deseo de prestigio, recibiendo fondos de la industria de alimentos y bebidas para elaborar estudios irrelevantes, a modo o que busquen explicaciones alternativas al problema de la obesidad (actividad física, genética, dieta tradicional, etcétera), a fin de desviar la atención de las causas determinantes. Tampoco dejarse utilizar para realizar investigaciones que desacrediten las evidencias científicas en las cuales se basan las políticas públicas.

Después de revisar algunos casos de conflictos de intereses en la UNAM y el IPN producto de nuestra investigación, otra de las conclusiones es que las instituciones públicas de educación superior están obligadas a recuperar su vocación de servicio a la comunidad. No son un espacio para hacer negocios ni ofrecer sus servicios especializados a empresas ávidas de beneficios privados, valiéndose de recursos de todo tipo que son resultado de nuestros impuestos.

Como universitarios demandamos que nuestra casa de estudios recupere el espíritu del que habla su escudo, ése que dio vida a lo que hoy es la Universidad de la Nación, por lo cual debe deslindarse del influjo de la corriente neoliberal. Sin duda, en las relaciones con la industria de alimentos y bebidas no tiene nada que ganar y sí mucho que perder, al exponer un prestigio académico y en investigación obtenido a lo largo de décadas.

Del mismo modo hacemos votos porque el IPN, otra de las instituciones impulsoras del desarrollo tecnológico en nuestro país, también recupere el sentido de su lema para que verdaderamente ponga “La técnica al servicio de la Patria”.

POLÍTICAS PÚBLICAS DE SALUD

No nos cabe la menor duda de que durante sus administraciones, Felipe Calderón y Enrique Peña, en contubernio con la industria de bebidas y alimentos, simularon impulsar diversas iniciativas para impedir el avance de la obesidad, el sobrepeso, la diabetes y demás enfermedades no transmisibles.

En vez de atender con contundencia las recomendaciones que desde 2002 formuló la OMS en su estrategia global para frenar la obesidad, disminuyendo el consumo de azúcares, grasas y sodio, y actuar con decisión dado el incremento acelerado y alarmante de los índices de obesidad en nuestro país en niños y adultos, se perdieron doce años fundamentales para prevenir y revertir una tendencia que hoy, en plena pandemia, ha salido a flote con todas sus atroces repercusiones. En pocas palabras, tanto Calderón y Peña como la industria de alimentos y bebidas incurrieron en responsabilidades criminales. Mucha de esa gente que tiene problemas asociados a la obesidad, los cuales podrían haberse evitado, ahora se está muriendo por el Covid-19.

En el curso de esa simulación, ante las medidas propuestas por un equipo intersectorial de expertos coordinado por la Secretaría de Salud, Felipe Calderón, su equipo y la industria paralizaron en 2008 la iniciativa de la jarra del buen beber; bloquearon el proyecto de instrumentar una política de Estado con énfasis en el componente alimentario y el ambiente obesogénico, y en 2010 permitieron que los lineamientos para la venta de productos chatarra en escuelas de educación básica no fuesen obligatorios ni hubiera sanciones.

En resumidas cuentas, una propuesta de política de Estado se redujo a un simple acuerdo (ANSA), porque Calderón se lavó las manos diciéndoles a las autoridades de salud y a la industria “pónganse de acuerdo”.

En un ambiente en el que ya se había producido una fractura inevitable entre el equipo de expertos y la industria, con Enrique Peña se dejó atrás el enfoque intersectorial, y así su estrategia para combatir el problema no pasó del inútil “chécate, mídete, muévete”, reduciendo el problema de la obesidad a la responsabilidad individual. Con él, la relación con la industria llegó al colmo de la complicidad: permitió que ésta se autorregulara en torno a que impusiera un etiquetado incomprensible, un código de publicidad infantil descaradamente laxo y que tejiera bochornosas redes de conflictos de intereses en el OMENT, aparte de autorizar de manera oportunista el impuesto a los refrescos, básicamente, sólo para contar con más recursos.

El OMENT es un ejemplo emblemático de la captura de intereses públicos por parte de intereses privados, que socava la integridad de la gestión pública y erosiona la confianza en las instituciones democráticas.

De acuerdo con nuestra revisión, luego de lo ocurrido a lo largo de estos doce años, constatamos que los desengaños sufridos por los equipos de especialistas los llevaron a la conclusión de que era de vital importancia romper la inercia de colaboración y distanciarse de la industria, regular las relaciones susceptibles de riesgo de conflicto de interés y blindar la toma de decisiones en las políticas de salud de la influencia comercial, las cuales deben basarse únicamente en las evidencias científicas.

Afortunadamente, la experiencia reciente acerca del proceso de la ley y la norma del etiquetado nos permite vislumbrar nuevos horizontes en el diseño e instrumentación de políticas públicas en salud alimentaria, dado que hubo una consulta en la cual aunque participó la industria, a diferencia del pasado, no se le permitió imponer sus puntos de vista.

Celebramos que en la nueva administración se observe la apertura del gobierno para dejar que sean especialistas de distintas disciplinas quienes integren el equipo intersecretarial, que agrupa a las secretarías de Salud, Agricultura, Medio Ambiente, Economía, Educación y Bienestar, encargado del diseño de las políticas públicas de salud y alimentación.

Nos parece que esto da muestras de la decisión de recuperar la rectoría del Estado en la vida pública, ya que evidencia la disposición de restaurar la mano visible del gobierno, por encima de cualquier interés privado, en la protección de la salud de los mexicanos.

Esto es de fundamental importancia, en vista de que la pandemia de SARS-Cov-2 mostró las gravísimas consecuencias que ha tenido el desmantelamiento tanto del sistema nacional de salud como del sistema alimentario, que se habían puesto en bandeja a la industria. Por más de 30 años, el Estado prácticamente se desentendió de su responsabilidad de proteger la salud de los mexicanos. Así que aún le aguardan muchos desafíos en todo lo referente a la alimentación, si de verdad está decidido a retomar el control del

país y enfrentar a una industria que había cooptado desde la mismísima lactancia materna.

INDUSTRIA: LA TRANSPARENCIA NO ENGAÑA

Entre todas las conclusiones a que llegamos en las distintas partes de este trabajo, una de las más importantes es que todos los argumentos que por más de década y media ha esgrimido la industria de alimentos y bebidas contra las propuestas serias tendientes a abatir los problemas de obesidad no son más que simples tácticas evasivas, puros pretextos triviales para tomarnos el pelo, en resumidas cuentas.

Para nosotros, es de gran trascendencia que a investigadores, académicos y especialistas en salud y nutrición, legisladores y funcionarios de gobierno, consumidores y ciudadanos les quede claro como el agua lo siguiente: todas y cada una de las posiciones de la industria de alimentos y bebidas ante cualquier medida para regular el consumo de sus productos forman parte de un plan perfectamente orquestado para evitar, minimizar y demorar políticas públicas de salud alimentaria.

De hecho, este plan constituye un libro de jugadas, que contempla diversas tácticas para influir en las políticas y en la opinión pública, desde el diario riego por goteo entre los profesores y estudiantes de nutrición con ideas e imágenes sobre los productos ultraprocesados, hasta la creación de fundaciones empresariales y organizaciones “sociales”, el financiamiento de investigaciones “científicas” y la cooptación de universidades, centros de investigación y asociaciones de profesionales de la salud y nutriólogos que ayuden con tales esfuerzos. Gracias a esta maquiavélica estrategia, la industria se ha forjado una imagen pública como la gran benefactora del conocimiento científico.

Más aún, todas aquellas industrias que fabrican productos dañinos a la salud se valen de esta estrategia para protegerse de las regulaciones. La defensa de estos productos se ha convertido en un gran negocio cada vez más especializado, con el fin de que

sus argumentos parezcan evidencias científicas, cuando en realidad no pasan de ser una sofisticada mercadotecnia. La existencia de este despreciable negocio dio señales de vida en México con motivo de la consulta pública realizada en el proceso de la elaboración de la norma del nuevo etiquetado de alimentos.

Lo cierto es que esta industria se ha esforzado a niveles inimaginables para alimentar nuestra ignorancia, valiéndose incluso del prestigio de la ciencia, aunque en el camino la corrompa. Como periodistas, no nos queda sino apelar al sentido ético de quienes se han prestado a esto, incurriendo en conflictos de intereses –ya sean investigadores, académicos o profesionales de la salud y la nutrición, así como las propias instituciones de educación superior y los centros de investigación–, a fin de que reflexionen y se deslinden de tales prácticas.

Nos indigna que las empresas de alimentos y bebidas se valgan de la filantropía –transmutándola en otra fuente de negocios, pervirtiendo así su significado de amor al género humano–, a fin de seguir beneficiándose económicamente y de paso no pagar impuestos, utilizándola como máscara humanitaria para sus actividades de responsabilidad social, las cuales ocultan un marketing disfrazado de inversiones en educación, salud y medio ambiente.

Pero su gran codicia nos indigna más cuando comprobamos que las empresas y sus fundaciones operan como una sola unidad tendiente a ganar mayor fidelidad a la marca y neutralizar las críticas, a través de hacer suyas las causas sociales en sus objetivos comerciales, las cuales apoyan junto con las aportaciones de otras entidades privadas y públicas, aunque las difundan como propias para *pararse el cuello*.

Pese a todo lo que decimos en torno a las fundaciones e institutos empresariales, cuando menos éstos muestran abiertamente que son un apéndice de las compañías. Sin embargo, resulta mucho peor cuando se trata de organizaciones que, como en el sonado caso de la Red Global de Balance de Energía, aparentan dedicarse a actividades científicas y sociales, cuando detrás de esa careta en realidad están grandes corporaciones como Coca-Cola, Nestlé, PepsiCo, Kellogg's, Bimbo...

Las asociaciones solapadas por la industria, aparte de obtener beneficios fiscales y ser donatarias, siempre defienden los intereses de las empresas que representan, influyen en la opinión pública y cabildean en las políticas de salud y alimentación. Por ello, el papel que desempeñan estos grupos fachada es muy peligroso y abre la puerta a graves conflictos de interés, porque aparecen en distintos foros de discusión asegurando representar, al mismo tiempo, a la sociedad civil y a la industria.

A esa conclusión llegamos luego de asomarnos al perfil de distintas organizaciones de este tipo. Al igual que con los representantes que abiertamente defienden los intereses de la industria, como ConMéxico, es necesario mantener siempre la sana distancia con agrupaciones como el Instituto Aspen, el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), el ILSI, Movisa, Ogali, Quiero Saber Salud, Queremos Mexicanos Activos, Fundación Movimiento es Salud, Hablemos Claro y otras.

Por eso, en estos tiempos en que se requiere mayor transparencia que nunca, hay que hacer obligatorio a cualquiera que participe, sobre todo en procesos de discusión de políticas de salud alimentaria, la revelación de sus fuentes de financiamiento y de su red de intereses; no sería exagerado incluso, por las malas experiencias del pasado, reservarse el derecho de admisión u otros mecanismos para blindar el proceso de la toma de decisiones.

Por ejemplo, conforme con lo aquí documentado, es innegable que el Instituto Aspen, el IMCO, el ILSI y otros poseen un doble discurso en el que necesariamente prevalece el punto de vista de las grandes empresas que los financian, bien representadas en los consejos directivos de aquéllos. Ya nadie debería tomarse en serio (y menos aún creérselo) su gastado discurso de que son representantes de la sociedad civil.

Si alguna duda quedaba, para no ir más lejos, en el caso de los dos primeros grupos, basta con constatar el lamentable papel que ambos desempeñaron en el Consejo Asesor del OMENT, evidentemente cooptado por la industria, para supuestamente evaluar la estrategia nacional contra la obesidad y la diabetes, incluido el etiquetado recomendado por especialistas y organizaciones sin

conflictos de intereses. El sistema de indicadores usado para la evaluación fue financiado por seis empresas del sector privado.

Y qué decir de la magistral actuación del ILSI México en la tragicomedia en la que fingió cerrar sus oficinas en nuestro país, a raíz de su descarado intento de poner en duda la eficacia del impuesto a los refrescos –contraviniendo los estrictos estándares que pregonaba, como suele hacerlo–, aunque en realidad no ha dejado de operar desde lo oscurito y tras bambalinas, gracias al apoyo de Coca-Cola México y otras empresas.

Acostumbrado a “olvidar” hacer su declaración de conflictos de intereses en los estudios que publica y a encubrir al público el financiamiento que recibe de la industria, no hay que desdeñar el poder del ILSI en todo el mundo.

Presentado en el argumento como una “organización benéfica”, “científica” y de la “sociedad civil”, a semejanza del Dr. Jekyll, la realidad es que en su personalidad de Mr. Hyde, se ha documentado ampliamente que la verdadera misión del ILSI es empantanar la evolución de las políticas de nutrición y salud alimentaria en el planeta entero, desde India hasta Estados Unidos y Argentina, con escala en Mesoamérica.

Si Coca-Cola fue obligada moralmente a escala mundial a transparentar los apoyos que otorga a universidades, centros de investigación, asociaciones civiles, sociedades de nutriólogos y otros profesionales de la salud –que por supuesto jamás deberían aceptar por simple pudor la ayuda de fabricantes de productos dañinos a la salud–, ya es hora de que todas las grandes empresas transparenten también sus actividades e intereses.

De hecho debemos orillarlas a hacerlo porque hasta allá debe llegar la normatividad nacional en materia de conflicto de intereses, pues si se les plantea hacerlo de manera voluntaria difícilmente lo cumplirán, y menos con rigor. Ya basta de permitirles que pretendan seguir engañando a la sociedad con estas puestas en escena.

Incluso podemos dar un paso más, como sugiere el avanzado informe sobre el ILSI presentado por una organización civil estadounidense, en el sentido de que los ciudadanos debemos exigirles a las corporaciones dejar de hacerle al cuento filantrópico y a cual-

quier otra forma de influir políticamente en las políticas públicas de salud alimentaria, ya sea mediante sus propias fundaciones o de grupos fachada.

Es decir, ni la propia industria ni sus accionistas tienen por qué continuar financiando asociaciones que a todas luces violan los estándares éticos elementales en materia de salud o medio ambiente, ni tampoco los gobiernos, la academia o las sociedades de profesionales de la salud y la nutrición están obligados a seguirles el juego, participando con ellas.

En tanto esto sucede, otra de las conclusiones generales es que así como todos los ciudadanos necesitamos desarrollar los anticuerpos para defendernos del virus de la infodemia e interpretar críticamente toda clase de *fake news*, también nos debemos acostumar a indagar qué hay detrás de este tipo de organizaciones y de personajes con una dimensión desconocida; figuras de la vida pública con muchas tablas en el escenario, en las puertas giratorias y aun consumados trapevistas. Estas puestas en escena no hacen sino contribuir a consolidar y propagar la ignorancia.

Este acercamiento al conflicto de intereses en universidades, centros de investigación, sociedades de profesionales e investigadores en el entorno de la salud y la nutrición, así como fundaciones empresariales y grupos fachada, sin duda podrá completarse a través de un trabajo más minucioso, con minería de datos, mayores solicitudes de acceso a la información, entrevistas con fuentes confidenciales e incluso investigaciones patrimoniales.

No obstante, aunque reconocemos que nos faltó mucho por descubrir y apenas mostramos la punta del iceberg, de este trabajo se puede desprender la exigencia de la sociedad civil para que tanto las instituciones de educación superior, los centros de investigación y las agrupaciones de profesionales de la salud, como investigadores y académicos rindan cuentas claras acerca de los apoyos recibidos por parte de la industria de alimentos y bebidas, e inclusive que también las empresas y sus grupos transparenten sus actividades.

Ahora que nos estamos dando cuenta de todo esto, no tenemos por qué resignarnos ni rendirnos ante la oleada de obesidad y enfermedades relacionadas con la dieta, como si fuera un

destino inexorable, menos hoy que nos ha vuelto más vulnerables a una pandemia.

Si aún la industria requería más evidencias científicas de lo dañino que son sus productos, la pandemia las ha dado con creces. Incluso quizás a todo este tipo de fundaciones e institutos corporativos se les podrían fincar responsabilidades por daños a la salud pública. Ya no hay excusa ni pretexto para demorar el diseño y aplicación del amplio conjunto de políticas y acciones concebidas desde hace cerca de década y media, que abortaron por la interferencia de la industria y la complicidad de los gobiernos neoliberales.

Fuentes consultadas

- Leal Martínez, Alejandra. (2015, 24 de septiembre). El despertar de la sociedad civil: sismo del 85 y neoliberalismo. *Horizontal*. Disponible en: <https://horizontal.mx/el-despertar-de-la-sociedad-civil-sismo-del-85-y-neoliberalismo/>, consultado el 19 de marzo 2020.
- Aspen Institute México. (2014, 31 de octubre). Aspen Institute México lucha contra la obesidad y otras enfermedades no transmisibles. *Disponible en:* <http://aspeninstitutemexico.org/aspen-institute-mexico-lucha-contra-la-obesidad-y-otras-enfermedades-no-transmisibles/>, consultado 12 de junio, 2019.
- Redacción AN. (2014, 28 de marzo). Aspen México buscará incidir en opinión y política pública: De la Fuente en CNN. Disponible en: <https://aristeguinoticias.com/2803/mexico/instituto-aspen-mexico-buscará-incidir-en-la-opinion-y-la-politica-publica-juan-ramon-de-la-fuente-en-cnn/>
- Aspen Institute México. (2019, 22 de octubre). Importante Intercambio de Ideas en el Foro “Tecnología Para la Seguridad Alimentaria: Presente y Futuro de la Nutrición en México”. Disponible en: <http://aspeninstitutemexico.org/tecnologia-de-alimentos-un-aliado-para-garantizar-la-seguridad-alimentaria-y-la-salud-de-los-mexicanos/>, consultado 2 de mayo, 2020.
- Sarah Steele, Gary Ruskin, Lejla Sarcevic, Martin McKee y David Stuckler. (2019). ¿Las organizaciones benéficas financiadas por la industria están promoviendo “estudios dirigidos por la defensa” o “ciencia basada en evidencia”? un estudio de caso del Instituto Internacional de Ciencias de la Vida. *Globalización y salud*, vol 15, núm. de artículo: 36. Disponible en: <https://globalizationandhealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12992-019-0478-6>, consultado 2 de mayo, 2020.
- Corporate Accountability. (2020). *Partnership for an unhealthy planet: how big business interferes with global health policy and science*. Disponible en: www.corporateaccountability.org/wp-content/uploads/2020/04/Partnership-for-an-unhealthy-planet.pdf, consultado 1º de mayo, 2020.
- Alianza Por la Salud Alimentaria. (2019, 3 de junio). Revela investigación que institución científica internacional protege los intereses de Coca-Cola contra las políticas de salud pública. Disponible en: <https://alianzasalud.org.mx/2019/06/revela-investigacion-que-institucion-cientifica-internacional-protege-los-intereses-de-coca-cola-contra-las-politicas-de-salud-publica/>, consultado 25 de abril, 2020.

- Boletín UNAM-DGCS-473. (2018, 7 de agosto). Analizan en la UNAM propuestas de políticas públicas en salud e investigación clínica. Disponible en: www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2018_473.html, consultado 22 de abril, 2020.
- IMCO, Instituto Aspen México y Secretaría de Salud. (2015, julio). Sistema de indicadores para la evaluación de la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, Obesidad y Diabetes. Disponible en: http://oment.salud.gob.mx/indicadores_descargas/indicadores_oment_presentacion.pdf, consultado 2 de abril, 2020.
- Consejo Coordinador Empresarial. (2020). Presidente, Carlos Salazar Lomelín, Disponible en: <https://www.cce.org.mx/presidente/>, consultado 4 de abril, 2020.
- Newell, Roberto. (2010, 29 de julio). Un dilema cruel. IMCO. Disponible en: https://imco.org.mx/un_dilema_cruel/, consultado 1 de abril, 2020.
- Newell, Roberto. (2014, 11 de julio). Problema gordo. IMCO. Disponible en: <https://imco.org.mx/problema-gordo/>, consultado 1 de abril, 2020.
- ILSI de México. Fundamentos. Disponible en: www.ilsi-mexico.org/fundamentos.aspx, consultado 21 de abril, 2020.
- ILSI de México. Miembros Asociados de ILSI de México, A.C. Disponible en: www.ilsi-mexico.org/empresas.aspx, consultado 21 de abril, 2020.
- Calvillo, Alejandro y Székely, Ágata. (2018). La trama oculta de la epidemia, obesidad, industria alimentaria y conflicto de interés. El Poder del Consumidor. Disponible en: <https://elpoderdelconsumidor.org/wp-content/uploads/2018/02/la-trama-oculta-d-la-epidemia-obesidad-2018.pdf>, consultado octubre 25 2019.
- Federación Mexicana de Diabetes. (2016, 13 de septiembre). Empresa y sociedad civil forman alianza por una vida saludable. Disponible en: <http://fmdiabetes.org/empresa-sociedad-civil-forman-alianza-una-vida-saludable/>, consultado 2 de abril, 2020.
- Movimiento por una vida saludable. (2017, 18 de septiembre). Presenta Movisa a la Secretaría de Salud nuevos proyectos para combatir el sobrepeso y la obesidad. Disponible en: <https://movisa.org.mx/noticias/presenta-movisa-a-la-secretaria-de-salud-nuevos-proyectos-para-combatir-el-sobrepeso-y-la-obesidad/>, consultado 2 de abril, 2020.
- Quiero Saber Salud. Educación en salud y educación. Disponible en: <https://quierosabersalud.com.mx/>, consultado 8 de abril, 2020.
- Grupo Reforma. (2019, 28 de octubre). Comer bien: una decisión inteligente. Foros Reforma. Disponible en: www.forosreforma.com/foros/reforma/forocomerbien/index.html, consultado 8 de abril, 2020.
- Ogali, Consultoría en Nutrición. Disponible en: www.ogali.com/conoceme.html, consultado 8 de abril, 2020.
- Hablemos Claro. Disponible en: <https://hablemosclaro.org/>, consultado 8 de abril, 2020.
- Énfasis Alimentación, Redacción. (2013, 25 de septiembre). Hablemos Claro cumple un año. *Énfasis Alimentación*. Disponible en: www.alimentacion.enfasis.com/notas/67933-hablemos-claro-cumple-un-ano, consultado 8 de abril, 2020.
- Nutri-Center. (2019). Artículos posted in Estilo de vida. Disponible en: www.nutricenter.mx/category/estilo-de-vida/, consultado 8 de abril, 2020.
- Fayad, Aída (2019). Escuela libre de azúcar. En Programas de Nutrición: éxitos y fracasos. Propuestas para un mejor sistema de salud en México. Cuadernos #HablemosDeSalud. México: Funsalud y Facultad de Medicina, UNAM. Disponible en: <https://funsalud.org.mx/wp-content/uploads/2019/11/nutricion.pdf>, consultado 12 de marzo, 2020.
- Asociación Argentina de Tecnólogos Alimentarios. (2020). Socios empresarios e institucionales. Disponible en: www.alimentos.org.ar/sociosemp.php, consultado 13 de marzo, 2020.
- Centro Azucarero Argentino. (2017, 21 de junio). Disponible en: <http://centroazucarero.com.ar/la-organizacion-mundial-de-investigacion-del-azucar-sesiono-en-buenos-aires/>, consultado 13 de marzo, 2020.
- Toche, Nelly. (29 de septiembre, 2019). Entrevista a Susana Socolovsky: México etiquetará alimentos con parámetros equivocados. México: El Economista. Disponible en: www.eleconomista.com.mx/artesedeideas/Mexico-etiquetara-alimentos-con-parametros-equivocados-20190929-0059.html, consultado 13 de marzo, 2020.

- Redfinanciera. (23 septiembre, 2019). Rechazan expertos alimentarios etiquetado de productos en México. Disponible en: <https://redfinancieramx.mx/rechazan-expertos-alimentarios-etiquetado-de-productos-en-mexico/>, consultado 13 de marzo, 2020.
- Agencias, 2019-09-25, 'Etiquetado en México, incorrecto'. Disponible en: www.elsiglodedurango.com.mx/noticia/1075998.etiquetado-en-mexico-incorrecto.html, consultado 13 de marzo, 2020.
- Quiroga Fernández, Maribel. (2018, 16 de octubre). A celebrar premio Fomento a investigación 2018. Disponible en: www.forbes.com.mx/a-celebrar-premio-fomento-a-investigacion-2018/, consultado 16 de marzo, 2020.
- Villanueva, Ernesto. (2016, 19 de febrero). Narro, sin credenciales académicas. Proceso. Disponible en: www.proceso.com.mx/430665/narro-sin-credenciales-academicas, consultado 6 de mayo, 2020.
- Pereira Balam, Gilberto. (2019, 14 de abril). El cártel de las medicinas. *Por Esto*. Disponible en: www.poresto.net/2019/04/14/el-cartel-de-las-medicinas/, consultado 6 de mayo, 2020.
- Muñoz, Alma E. y Urrutia, Alonso. (2019, 7 de marzo). AMLO: hasta políticos promovían la venta irregular de medicinas. *La Jornada*. Disponible en: www.jornada.com.mx/2019/03/07/politica/005n1pol, consultado 6 de mayo, 2020.
- De la Fuente, Juan Ramón. (2017, 8 de julio). La era de la desconfianza. *El Universal*. Disponible en: www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/columna/juan-ramon-de-la-fuente/nacion/2017/08/7/la-era-de-la-desconfianza, consultado 6 de mayo, 2020.
- De Loera, Paola (2016, 4 de julio). Funsalud, los empresarios que marcan las políticas de salud en México. Poder Colaboratorio. Disponible en: www.rinducuentas.org/reportajes/2016/04/07/funsalud-los-empresarios-tras-las-politicas-de-salud/, consultado 7 de mayo, 2020.
- Sainz, María. (2006, 25 de octubre). Julio Frenk, uno de los favoritos a dirigir la OMS, cuestionado por su política respecto a la industria tabaquera. *Elmundo.es Salud*. Disponible en: www.elmundo.es/elmundosalud/2006/10/25/tabaco/1161787145.html, consultado 6 de mayo, 2020.
- Madrazo Lajous, Alejandro. (2006). Fuera del radar. Poderes infraconstitucionales del poder ejecutivo: El caso de la regulación a la industria tabacalera en México. Argentina: Universidad de Palermo, publicaciones del SELA. Disponible en: www.palermo.edu/derecho/publicaciones/sela2006_pdf/Alejandro_Madrazo.pdf, consultado 6 de mayo, 2020.
- De Loera, Paola (2016, 4 de julio). Funsalud, los empresarios que marcan las políticas de salud en México. Poder Colaboratorio. Disponible en: www.rinducuentas.org/reportajes/2016/04/07/funsalud-los-empresarios-tras-las-politicas-de-salud/, consultado 7 de mayo, 2020.
- Pereira Balam, Gilberto. (2019, 14 de abril). El cártel de las medicinas. *PorEsto*. Disponible en: www.poresto.net/2019/04/14/el-cartel-de-las-medicinas/, consultado 6 de mayo, 2020.
- Muñoz, Alma E. y Urrutia, Alonso. (2019, 7 de marzo). AMLO: hasta políticos promovían la venta irregular de medicinas. *La Jornada*. Disponible en: www.jornada.com.mx/2019/03/07/politica/005n1pol, consultado 6 de mayo 2020.
- De la Fuente, Juan Ramón. (2017-08-07). La era de la desconfianza. *El Universal*. Disponible en: www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/columna/juan-ramon-de-la-fuente/nacion/2017/08/7/la-era-de-la-desconfianza, consultado 6 de mayo, 2020.
- FEMSA, Equipo Directivo. Disponible en: www.femsa.com/es/conoce-femsa/gobierno-corporativo/equipo-directivo/, consultado 6 de mayo 2020.
- FEMSA, Equipo Directivo. Disponible en: www.femsa.com/es/conoce-femsa/gobierno-corporativo/equipo-directivo/, consultado 6 de mayo, 2020.
- Rincón, Sergio. (2015, 11 de noviembre). Genaro Borrego: la bisagra en la puerta giratoria de la chatarra. *Sin Embargo*. Disponible en: www.sinembargo.mx/11-11-2015/1546435, consultado 6 de mayo, 2020.
- Fundación Coca-Cola México. (2017, 8 de diciembre). Consejo Fundación Coca-Cola. Disponible en: www.coca-colamexico.com.mx/historias/consejo-fundacion-coca-cola, consultado 26 de agosto, 2019.
- FUNSALUD, Consejo Directivo. Disponible en: <https://funsalud.org.mx/consejo-directivo/>, consultado 4 de mayo, 2020.

- Fundación FEMSA. Consejo Directivo Disponible en: www.femsa.com/es/fundacion-femsa/quien-fundacion-femsa/consejo-directivo/ , consultado 6 de mayo 2020.
- Consejo Coordinador Empresarial. (2020). Presidente, Carlos Salazar Lomelín. Disponible en: www.cce.org.mx/presidente/, consultado 3 de mayo, 2020.
- IMCO, nuestro equipo. Disponible en: <https://imco.org.mx/quienes-somos/nuestro-equipo/consejo-directivo/>, consultado 3 de mayo, 2020.
- Fundación Coca-Cola México. (8/12/2017). Consejo Fundación Coca-Cola www.coca-colamexico.com.mx/historias/consejo-fundacion-coca-cola, consultado 26 de agosto, 2019

Este libro se terminó de imprimirse en
junio del 2021

¿Cómo nos convertimos en los mayores consumidores de comida chatarra en América Latina? ¿Cómo llegamos a los primeros lugares de obesidad, diabetes y muertes por esta enfermedad en el mundo? ¿Por qué callaron las asociaciones de profesionales de la salud? ¿Por qué las instituciones académicas no advirtieron lo que estaba ocurriendo, y en algunos casos aun fabricaron evidencias "científicas" para ocultarlo o minimizarlo? ¿Por qué los secretarios de salud, que provenían de la academia, no aplicaron las políticas recomendadas para enfrentar estas epidemias? ¿Por qué todos ellos guardaron un silencio cómplice frente a las principales causas de estas epidemias e incluso las negaron?

Las megacorporaciones de los productos ultraprocesados, encabezadas por Coca-Cola y Nestlé, desplegaron en México una estrategia exitosa de captura de estos sectores y, desde ahí, de la política pública. Una estrategia desarrollada a escala internacional que en México llegó al extremo de que una parte importante de estos sectores se aliara a estas corporaciones para combatir las políticas recomendadas y avaladas por organismos internacionales, a fin de enfrentar las epidemias de obesidad y diabetes.

El libro de Martha Elena García y Guillermo Bermúdez es la primera investigación periodística que expone de manera general la interferencia y captura que las megacorporaciones de los ultraprocesados hicieron de estos grupos e instituciones de la academia, organizaciones profesionales y funcionarios públicos en nuestro país.

