

Sabores que conquistan

Pedro Granoni

“Una importante especie biológica está en riesgo de desaparecer por la rápida y progresiva liquidación de sus condiciones naturales de vida: el hombre. (...) Si se quiere salvar a la humanidad de esa autodestrucción, hay que distribuir mejor las riquezas y tecnologías disponibles en el planeta. Menos lujo y menos despilfarro en unos pocos países para que haya menos pobreza y menos hambre en gran parte de la Tierra. No más transferencias al Tercer Mundo de estilos de vida y hábitos de consumo que arruinan el medio ambiente”

Fidel Castro, discurso en Río de Janeiro, 1992

¿Cuál es el sabor el capitalismo? Si habría alguna manera de degustarlo, quizás la experiencia más cercana sea el azucarado sabor que queda en nuestra boca, luego de probar la efervescente gaseosa color caramelo.

La empresa símbolo del capitalismo, integrante de la cultura imperial del “american way of life” (el modo de vida americano) fue creada en 1886, en sus orígenes se vendía como tónico energizante, con dosis de cocaína hasta 1903. De bebida narcótica se ha trasmutado en el brebaje central de la cultura consumista, expandiéndose por Latinoamérica, Medio Oriente e India, zonas en las cuales ha intentado expropiar el patrimonio cultural de las poblaciones, encontrando muchas veces tenaces resistencias. Su accionar depredador ha generado diversos conflictos sociales y laborales en todo el orbe, principalmente en Colombia, donde el sindicato de trabajadores, ante el asesinato de sus dirigentes por paramilitares a sueldo de la empresa, han lanzado la campaña mundial “Coca-Cola asesina” (killer coke). Otra problemática que destacaremos es la relación de la empresa con el medioambiente, ya que ha sido acusada de contaminar el agua y de apropiarse de ese recurso vital en México. Fue una de las empresas transnacionales que apoyaron al sepultado ALCA (Área de Libre Comercio de las Américas), se beneficia de la presencia imperial del ejército yankee en Colombia (que garantiza la aplicación del neoliberal Plan Colombia) y es una acérrima enemiga de los gobiernos bolivarianos y de izquierda que integran el ALBA (Alianza Bolivariana para las Américas).

Es imperante estudiar y comprender el rol que cumplen las marcas dentro del sistema capitalista, destaca dentro de este tipo de análisis el realizado por Naomi Klein, en su monumental obra *No Logo*¹, o *El libro negro de las marcas*². En el caso particular en el que nos abocaremos, destacan *Dios, Patria y Coca-Cola* de Mark Pendergrast³, *La máquina Coca-Cola: la sucia verdad detrás de la bebida favorita del mundo* de Michael Blanding⁴ y *La Historia Negra de las Aguas Negras* de Castro Soto⁵. Valiéndonos de los aportes de todos estos investigadores, pero también de artículos de pensadores como Gabriel García Márquez, intentaremos develar el accionar de la Coca-Cola en Latinoamérica, porque somos contrarios a su propaganda que “necesitamos menos críticos” creemos con vehemencia que sin espíritu crítico la realidad no puede comprenderse íntegramente, necesitamos entonces más críticos que se sumen al apasionante desafío de luchar por un mundo mejor, un mundo socialista.

Cuba Libre, el Che y la Coca-Cola

Empezamos el viaje de Coca-Cola por América Latina con Cuba, allí esta asociada al ron, juntos forman el trago Cuba Libre, que combina los sabores de la gaseosa estadounidense y el ron cubano. Su origen data de los tiempos de José Martí quien encabezó el proceso de independencia colonial cubano, a la luz de la guerra entre los Estados Unidos y España, a finales del siglo XIX, allá por el año 1898. “Cuba libre”, era el grito de batalla, que se convirtió en el nombre de dicha bebida.

Al desatarse la revolución triunfante que depuso al dictador Batista, Coca-Cola saluda esa victoria, ya que esperaba continuar con sus negocios en la isla. Así decía el breve anuncio publicitario que difundió al respecto: “La cía. embotelladora Coca-Cola se regocija con el pueblo de Cuba por el resurgimiento de las libertades democráticas en nuestra patria”⁶. Luego sería, al igual que otras empresas estadounidenses, expropiadas al radicalizarse la revolución.

Los principales productores de ron cubano era el Clan Bacardí, cuyos negocios estaban comprometidos con la corrupta política cubana de los años 50 y con el régimen que enlutó a la nación asesinando a 20 mil cubanos. Por esa razón, los dueños de Bacardí huyeron junto con la cúpula de la tiranía en 1959, retirando la marca y todos sus derechos de Cuba. En 1960, se establece definitivamente en Puerto Rico, desde donde su ron sería, a partir de entonces, una marca abiertamente contraria al gobierno socialista cubano.

Como otras muchas firmas cubanas de la época. El crecimiento de Bacardí se produjo gracias a la Ley seca o Prohibición de Venta de Bebidas Alcohólicas en Estados Unidos (1914-1933). Varias familias mafiosas estadounidenses establecieron relaciones de “negocios” y en muchos casos fueron accionistas de varias empresas cubanas productoras de alcohol. Los vínculos entre la mafia estadounidense y el régimen dictatorial son retratados en el film *El Padrino II* de Francis Ford Coppola, donde gran parte del mismo transcurre en los días finales de la dictadura de Batista.

José Pepín Bosch (presidente de Bacardí al momento de la revolución), se convirtió después de 1959 en uno de los “mecenases” de los planes agresivos para derrocar a la Revolución Cubana. En 1964 dio su nombre para presidir la Representación Cubana en el Exilio (RECE), organización creada por la. En la RECE estuvieron diversas figuras del terrorismo anticubano como Jorge Mas Canosa, Luís Posada Carriles y Orlando Bosch. Por sus relaciones con la *Cosa Nostra*, “Pepín” fue uno de los nombres que se manejaron entre los involucrados en el atentado al presidente John F Kennedy y en las múltiples tentativas de eliminar físicamente al presidente cubano Fidel Castro.

Entre los que han denunciado los turbios manejos de la Barcardí y sus nexos con la contrarrevolución cubana y el terrorismo contra Cuba se destaca el periodista colombiano radicado en Francia, Hernando Calvo Ospina con su libro: “Ron Bacardi: La guerra oculta”. Los alemanes Eckehard Sieker y Marcel Kolvenbach llevaron a imágenes la denuncia de Ospina con su documental “The Secret Of The Bat: Bacardi Between Rum And Revolution” (El secreto del murciélago. Bacardi, entre el ron y la revolución).⁷

Gabriel García Márquez nos relata los devenires de la gaseosa tras la revolución

“Al triunfo de la revolución en Cuba, el mercado de la Coca-Cola tenía pocas posibilidades de expansión. Sus promotores habían logrado llevarla más allá de sus posibilidades como refresco, al inventar el cubalibre -que es una mezcla de Coca-Cola con ron cubano-. Pero aun así, de seis millones de cubanos sólo 900.000 estaban en condiciones de comprarla de un modo regular. Cuando los obreros cubanos se tomaron la embotelladora de La Habana, no pudieron seguir fabricando la Coca-Cola, porque el ingrediente básico llegaba de Estados Unidos y había muy poco almacenado en la fábrica. Lo único que quedaba, disperso por todo el país, era un millón de botellas vacías. Los más extremistas fueron contrarios a intentar la sustitución de un producto que era el símbolo de todo cuanto los cubanos querían olvidar. Pero el Che Guevara, con su asombrosa claridad política, les replicó que el símbolo del imperialismo no lo era la bebida en sí misma sino la forma de la botella.

Fue el mismo Che Guevara, como ministro de Industria, quien decidió que se tratara de fabricar un sustituto como complemento del cubalibre. Las mentes más cuadradas pensaron en destruir las botellas existentes para exterminar el germen. Sin embargo, un cálculo más sereno demostró que las fábricas de botellas de Cuba tardarían varios años en sustituirlas por otras de forma menos perversa, y los revolucionarios más crudos tuvieron que resignarse a utilizar la botella maldita hasta su extinción natural. Sólo que la usaron en toda clase de refrescos, menos con el que improvisaron para el cubalibre. Los visitantes del mundo capitalista, hasta hace muy pocos años, padecíamos una cierta confusión mental al bebernos una limonada transparente en una botella de Coca-Cola. El nuevo producto, que se llama refresco de cola, es un poco más dulce, menos gaseoso y con un raro fondo de chocolate, es bueno para la sed y el calor, mezclado con el ron cubano legítimo disimula mucho más su catadura de advenedizo.”⁸

México y la guerra por el agua

En 1898 Coca-Cola entró en México. Los mexicanos le entregan a dicha empresa cerca del 10% de sus ganancias a nivel mundial, sus aportes son solo superados por el país de origen de la marca. Coca-Cola ha construido un monopolio en México, al comprar la mayoría de las marcas de gaseosas del país y a todas las *cerveceras*. Monterrey, la segunda ciudad más grande del país, consume más Coca-Cola per cápita que ninguna otra ciudad en el mundo.⁹

Coca-Cola llegó a la cúspide del poder en México cuando un empresario proveniente de sus filas, Vicente Fox, arribó a la presidencia de la república en el año 2000.

Vicente Fox fue el manager y representante de Coca-Cola en México por muchos años, llegando a la presidencia de esta empresa en su país. En 1972, contrajo sus primeras nupcias con su asistente en Coca-Cola, Lilian de la Concha, estuvieron casados hasta 1991. La conflictiva relación que tenía con los obreros, pudo palpase en una célebre huelga, cuando los trabajadores sabotearon a la empresa orinando en los tanques.¹⁰

Desde su llegada al poder la transnacional obtuvo concesiones de agua, exenciones de impuestos, disminución de aranceles y de cuotas de importación.

Durante la campaña presidencial de Vicente Fox (quien fue presidente entre 2000-2006), el llamado grupo “Amigos de Fox” atrajo sumas millonarias de diversos sectores empresariales que el Instituto Federal Electoral (IFE) declaró como ilegales. Entre estos donativos estuvieron los recursos aportados por empresarios azucareros y embotelladores de la Coca-Cola.

Gracias a la participación de México en el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN), el consumo de Coca-Cola en México se duplicó, según datos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). En su informe “Derecho a la Alimentación en México”, Olivier de Schutter, relator especial de la ONU, explica que entre 1992 y 2002 se incrementó la disponibilidad y el consumo de dicha marca. Como consecuencia los niños mexicanos sufren graves problemas de sobrepeso y desnutrición, por la desbalanceada dieta basada en “comidas con alto contenido en grasas, sal y azúcar”. El informe de De Schutter afirma que para el año 2017 México gastará alrededor de cinco mil 600 millones de dólares al año sólo para atender casos de diabetes.¹¹

Desde el año 2000, Coca-Cola ha negociado 27 concesiones de agua del gobierno mexicano. Diecinueve de las concesiones para la extracción de agua de los acuíferos y de 15 ríos diferentes, algunos de los cuales pertenecen a los pueblos indígenas. Ocho concesiones son para el derecho de Coca-Cola para volcar sus residuos industriales en las aguas públicas. Según la Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa del Consumidor (Amedec), la calidad del agua potable es tan mala que induce al consumo de gaseosas, la mala calidad del agua potable favorece las ventas. En las comunidades indígenas y rurales no se cuenta con agua potable, por lo que la gaseosa sustituye esa carencia.

El crecimiento Coca-Cola en México y en cualquier país tiene al menos tres consecuencias inmediatas: la presión sobre la tierra, los bosques y el agua. Desatándose una velada guerra por el control de los recursos naturales. Toma tres tazas de agua para hacer una taza de Coca-Cola. En México, esta presión se ejerce sobre la población indígena y campesina que poseen la tierra y sobre las leyes del país con el fin de garantizar a las empresas la posesión de estos recursos. El Programa de Certificación de Derechos Ejidales y Solares Urbanos (PROCEDE) en torno a la privatización de la tierra, es impulsado por las Instituciones Financieras Internacionales (Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo). Estas instituciones también ejercen una fuerte presión, financiando la aprobación de leyes de agua en el país; el desplazamiento de indígenas y campesinos de las Áreas Naturales Protegidas, de las montañas y bosques, como es el caso de Montes Azules en Chiapas.

Algunas comunidades han desterrado Coca-Cola. Gustavo Castro Soto, un dice: "La conciencia sobre el papel de la Coca-Cola se refiere a la economía, la sociedad, la política, la cultura e incluso los militares. Tiene que ver con los derechos humanos, derechos laborales, los derechos de los pueblos indígenas, y el control de las tierras y el agua por la multinacional. Esta conciencia crecerá y se integran los ciudadanos, comunidades y universidades en un boicot gigante. Todo comienza con nuestros hábitos de consumo. "

Chiapas es uno de los estados mexicanos que más gaseosa consume y al mismo tiempo está en los primeros lugares, junto con Oaxaca y Guerrero, de mayor pobreza y desnutrición. En algunas comunidades han lanzado la prohibición de la Coca-Cola y han recuperado el tradicional consumo del pozol, bebida hecha a base de maíz, lo que impactará favorablemente en su producción, consumo y valor del maíz en las mismas comunidades.

Centroamérica, paramilitarismo y trabajo infantil

Lo sucedido en Colombia, el asesinato de trabajadores de Coca-Cola encargado por la empresa, tiene un antecedente trágico, ocurrido en Guatemala, entre fines de los 70' y comienzos de los 80'.

El terrorismo de Estado en Guatemala (responsable del genocidio de 250.000 personas, en su mayoría indígenas mayas) permitía el accionar de grupos paramilitares.

El entonces dueño de la franquicia de Coca-Cola en Guatemala, el empresario estadounidense John Clinton Trotter, era miembro de la sociedad denominada "Amigos del País" (selecto grupo integrado por poderosos empresarios), vinculado con los diferentes grupos anticomunistas. Trotter, al mando de la Coca-Cola, se opuso a las demandas laborales del sindicato de su empresa, reforzó su equipo de seguridad y contrató a la Policía Militar Ambulante (PMT) para hacer esta tarea. Asimismo, tenía como jefe de su personal al ex teniente Francisco Javier Rodas. En diferentes fechas, varios líderes de sindicales fueron asesinados, luego de ser amenizados por el grupo clandestino denominado Ejército Secreto Anticomunista (ESA), un escuadrón de la muerte de tendencia derechista.

Existe una denuncia de los trabajadores a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos¹² de la Organización de Estados Americanos (OEA)

Allí se denunciaba que:

"La Embotelladora de la Coca-Cola localizada en la ciudad de Guatemala, ha tenido una historia de violencia contra la actividad sindical, pero una extremada escalada de la represión en los recientes meses, incluyendo el asesinato de dirigentes sindicales, ha atraído la atención de las agencias internacionales dedicadas a los derechos humanos. Fuentes sindicales citan la violencia como un esfuerzo coordinado por la Gerencia de la planta y su dueño norteamericano, John Clinton Trotter, para destruir la organización sindical."

Luego se presenta una cronología de la escalada de la violencia en la Embotelladora entre Octubre

de 1978 y Abril de 1979.

“En noviembre de 1978 la Gerencia de la Embotelladora publicó anuncios en la prensa local en un esfuerzo para reclutar a asistentes de personal y guardias de seguridad. En los anuncios se relacionaba requerirse experiencia en cuerpos de seguridad y en defensa personal como pre-requisitos para los trabajos. Como resultado, tres tenientes y cantidad de guardias armados patrullan ahora la planta, desplegando en forma prominente sus armas. Los tres tenientes del ejército son Juan Francisco Rodas (quien ha trabajado en las bases militares de Río Hondo), Edgar Gudiel Castro y Julio García. Según el "Nuevo Diario" de 25 de enero de 1979, estos tres militares desempeñan ahora los cargos de jefes del personal, de operación del almacén y de la Seguridad.

El 12 de diciembre de 1978, Pedro Quevedo, Secretario Financiero del Sindicato, fue asesinado. Fue balaceado cuando estaba sentado en un camión de la compañía, dentro de su ruta de distribución.

Citando declaraciones sindicales, después de la muerte de Quevedo "había comenzado una campaña de terror." Una lista de muertos del Ejército Secreto Anticomunista. Incluía los nombres del Comité Ejecutivo del Sindicato completo y del Consejo Asesor. Notas amenazadoras también se habían enviado a los trabajadores a sus casas. La única fuente para obtener las direcciones correctas de estos trabajadores era la oficina de la Embotelladora. Además los trabajadores fueron forzados a firmar hojas de papel en blanco y peticiones en contra del sindicato...

El 30 de enero de 1979, Israel Márquez y su esposa con un hijo de 10 meses, se asilaron en la Embajada de Venezuela. La familia permaneció en la Embajada por espacio de un mes aproximadamente antes de viajar a Costa Rica.

El 13 de marzo de 1979, Sonia Olivia, una dirigente sindical de la planta ACRICASA fue capturada e interrogada 12 horas por la "Policía Judicial" o el Escuadrón de detectives.

El 30 de marzo de 1979, se llevó a cabo una intentona de secuestro de Yolanda de Aguilar, abogada de la C.N.T. Cuando logró escapar de sus secuestradores introduciéndose en un establecimiento abarrotado de gente, se le previno, "tú estas segura ahora pero sabes que más tarde o más temprano te vamos a agarrar".

El 5 de abril de 1979, Manuel López Balán, de 28 años de edad, quien había reemplazado a Israel Márquez como Secretario General del Sindicato, fue asesinado. Como la muerte de Quevedo, el asesinato se llevó a cabo mientras se encontraba cubriendo su ruta de distribución. Lo abatieron con un tubo de hierro y luego le cortaron la garganta...

Dos semanas después del asesinato de Balán, Marlon Mendizabal, de 22 años de edad, asumió el cargo como nuevo Secretario General del Sindicato de la Embotelladora. El fue víctima inmediatamente de prevenciones y amenazas por parte de la Gerencia de la planta. De acuerdo a fuentes sindicales se le mostró a él una lista con los nombres de sus parientes más cercanos y sus respectivas direcciones y de que subsiguientemente fue tentado con la siguiente proposición: “No seas tonto, renuncia a tu cargo. No te das cuenta de que tenemos los nombres de todos tus seres queridos... recuerda que la tortura es algo extraordinariamente penoso... conoces los distintos tipos de tortura... existe este método, y este otro, etc...” Este hostigamiento verbal fue seguido de su encarcelamiento por la policía, el día 30 de abril de 1979.

El día primero de mayo del presente, cuatro miembros del sindicato fueron secuestrados: Arnulfo García, René Reyes, Ricardo García, y Manuel de Jesús Gómez. Se encontraron los cadáveres de Arnulfo García, el cual mostraba señas de tortura, y de René Reyes, los días 2 y 3 de mayo, respectivamente. Los otros dos siguen desaparecidos. ”

Luego de la denuncia, y ante la falta de respuesta de Coca-Cola, la *Comisión Interamericana de Derechos Humanos* (CIDH) resolvió¹³:

“Con fundamento en el Artículo 39 del Reglamento, presumir verdaderos los hechos denunciados en las comunicaciones de 6 de junio de 1979 y de 7 de mayo de 1980, relativos a las amenazas, intimidaciones, atentados, actos de violencia, y despidos ilegales, contra dirigentes y miembros del sindicato de la Embotelladora Coca-Cola y, específicamente, el ametrallamiento e intento de asesinato, el 16 de octubre de 1978 contra el entonces Secretario General del Sindicato, Sr. Israel Márquez y su posterior intento de secuestro el 16 enero de 1979. Los asesinos de Pedro Quevedo, Secretario de Finanzas, el 12 de diciembre de 1978 y el Sr. Manuel Moscoso Zaldaña el 16 de enero de 1979. El intento de secuestro de Yolanda Aguilar, abogada de la C.N.T., el 30 de marzo de 1979. El asesinato del nuevo Secretario General del Sindicato, Sr. Manuel López Balán el 5 de abril de 1979. Las amenazas y posterior detención arbitraria y encarcelamiento, del sustituto del Sr. Balán como secretario General, Sr. Marlon Mendizabal y el secuestro, el 1 de mayo de 1980 de 4 miembros del sindicato: Ricardo García, Manuel de Jesús Gómez, Arnulfo García y René Reyes, seguido del posterior asesinato de estos últimos.

Declarar que el Gobierno de Guatemala violó los Artículos 4 (Derecho a la Vida), 5 (Derecho a la Integridad Personal), 7 (Derecho a la Libertad Personal), 8 (Garantías Judiciales), 15 (Derecho de Reunión), 16 (Libertad de Asociación) y 25 (Protección Judicial) de la Convención Americana sobre Derechos Humanos.”

Otra violación a los derechos humanos, relacionada con Coca-Cola en Centroamérica se dio en El Salvador. El embotellador local de la compañía compra azúcar refinado al ingenio más grande de El Salvador, Central Izalco. Al menos cuatro de las plantaciones que suministran caña de azúcar a Central Izalco utilizan regularmente mano de obra infantil, como descubrió Human Rights Watch en las entrevistas con trabajadores azucareros.

Human Rights Watch instó a los ingenios azucareros salvadoreños, a Coca-Cola y a otras empresas que compren azúcar salvadoreño, a que incorporen normas internacionales en sus relaciones contractuales con proveedores y les exijan que hagan lo mismo en toda su cadena de suministro. También deben adoptar sistemas efectivos de control para verificar que las condiciones laborales en las plantaciones de caña de sus proveedores son compatibles con las normas internacionales.

Colombia, la gaseosa asesina

En Colombia, dada la sociedad entre el Estado y las transnacionales como Coca-Cola, producto de la imposición del Plan Colombia rige una campaña de criminalización de la protesta social que incluye desde pronunciamientos en donde se vincula al sindicato con las organizaciones guerrilleras, hasta acciones jurídicas en contra de los dirigentes por supuestos hechos de terrorismo y rebelión, basadas en montajes y pruebas falsas, allanamientos de las sedes sindicales. La estrategia de Coca-Cola para aumentar sus beneficios ha sido eliminar el Sindicato Nacional de Trabajadores del Sistema Agroalimentario (Sinaltrainal), como interlocutor social, a través de los asesinatos, las amenazas y el uso recurrente de la fuerza y la intimidación.

Esta es la lista de dirigentes de Sinaltrainal asesinados: Avelino Achicanoy Erazo: en el municipio de Pasto en el Sur occidente colombiano. Fue asesinado de un tiro de arma de fuego en el oído derecho el 30 de julio de 1990 en la ciudad de San Juan de Pasto en Nariño, en momentos en que los trabajadores se encontraban en huelga, debido a que la empresa se negaba a negociar el pliego de peticiones que el Sindicato había presentado a su consideración. Avelino era miembro de la Junta Directiva del sindicato e integrante del Comité de Huelga. José Eleazar Manco David: en el municipio de Carepa del Urabá Antioqueño. Dirigente de Sinaltrainal en esa rica región bananera del Noroccidente colombiano. Fue asesinado el 8 de abril de 1994. Luis Enrique Giraldo Arango: en el Urabá Antioqueño. Miembro de Sinaltrainal en esa rica región bananera del Noroccidente colombiano. Fue asesinado el 20 de abril de 1994. *Luis Enrique Gómez Granados* : en el municipio de Carepa del Urabá Antioqueño. Dirigente de Sinaltrainal en esa rica región bananera del Noroccidente colombiano. Fue asesinado delante de su esposa y sus hijos en la puerta de su casa en

el municipio de Carepa el 23 de abril de 1995. *Isidro Segundo Gil Gil* : en el municipio de Carepa del Urabá Antioqueño. Dirigente de Sinaltrainal en esa rica región bananera del Noroccidente colombiano. El último cargo sindical que desempeñó fue el de Secretario General de Sinaltrainal y miembro de la comisión negociadora del pliego de peticiones que los trabajadores le habían presentado a la empresa el 30 de noviembre de 1996 y que esta se negó a negociar. Fue asesinado dentro de las instalaciones de la planta y en su puesto de trabajo el 5 de diciembre de 1996.

Su hermano Martín Emilio Gil Gil, asesor de Sinaltrainal en esta negociación, había tenido que renunciar a la misma empresa debido a las continuas amenazas de muerte. El 18 de noviembre de 2000, la señora *Alcira del Carmen Herrera Pérez*, esposa de Isidro Segundo, fue sacada de su casa de habitación en el municipio de Apartado - Urabá Antioqueño y asesinada a pocos metros. *Oscar Dario Soto Polo* : en la planta de Montería Departamento de Córdoba. Era dirigente sindical del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Industria de las Bebidas en Colombia "Sinaltrainbec", de la Centra Unitaria de Trabajadores -CUT- subdirectiva Córdoba y miembro de la comisión negociadora del pliego de peticiones que esta organización sindical y Sinaltrainal habían presentado a consideración de la empresa. Asesinado el 21 de Junio de 2001 *Adolfo de Jesús Munera López* : Barranquilla, Asesinado el día sábado 31 de agosto de 2002, a las 7 p.m. fue asesinado a tiros en la puerta de la casa de su madre. El Compañero Múnera López aportó durante su vida sindical y política como Vicepresidente de la Central Unitaria de Trabajadores de Colombia CUT Subdirectiva Atlántico, ocupó varios cargos directivos en Sinaltrainal y en la Junta Comunal del barrio donde vivió.

Esta es la declaración de los trabajadores de Sinaltrainal, del 20 de diciembre de 2007.

Para Coca-Cola en sus 80 años en Colombia:

“Durante estos 80 años los colombianos hemos rechazado enérgicamente la política violenta de esta transnacional, por haber explotado sus trabajadores, saqueado nuestros recursos y contribuido a destruir la cultura alimentaria de los colombianos. Hoy lo celebran con un compromisorio plan de aniquilamiento de las organizaciones sindicales: escisiones patronales y amenazas permanentes son el pan de cada día.

No podemos darle las gracias por estar en Colombia. Han sido ocho décadas de saqueo, represión, señalamientos, destierros, despidos colectivos, amenazas de muerte, de constreñimiento, de detenciones y allanamientos de trabajadores, de dificultades para sus obreros, de momentos de angustia para sus familias y de inmensas tristezas, han sido asesinados 8 dirigentes sindicales, trabajadores de esta empresa... No podemos darle las gracias a quienes invitaron a Coca-Cola a que llegara a Colombia, a destruir el medio ambiente, a cambiar nuestra dieta alimentaria, a explotar y a precarizar nuestros obreros. No podemos darle las gracias a todos aquellos de Coca-Cola Internacional, que aceptaron la invitación a Colombia, por que su presencia ha sido nociva para nuestro pueblo, no solo por que afecta la salud de los consumidores, sino por que con sus jugosas utilidades ha contribuido con la militarización del territorio y se ha beneficiado de la guerra que su país de origen ejecuta contra nuestras gentes.

No podemos darle las gracias a quienes hoy hacen de Coca-Cola FEMSA, una empresa violadora de los derechos humanos en nuestro país.

Queremos recordar a ustedes, apreciados colombianos, que estas estrategias del gobierno de Álvaro Uribe Vélez, del estado: la seguridad democrática, el estado comunitario, el irrespeto a las libertades, la destrucción de las organizaciones sociales, la profundización de la impunidad, la ley de justicia y paz, el plan Colombia, el incremento de la guerra, los tratados de libre comercio, son ejecutados en beneficio de las transnacionales y de los monopolios nacionales; Coca-Cola ha sido una ilustre beneficiaria.

Beneficiarse de la militarización del país, de la ley de justicia y paz, contribuir con la seguridad

democrática y cumplir con sus metas de precarización de los trabajadores, van de la mano en la aplicación de su política. Sin estas, sería imposible obtener las grandes utilidades que permanentemente reportan a sus accionistas. Todo esto, a costa de la salud, la educación, la vivienda, la recreación y los salarios de sus obreros.

Arrasado los derechos de los trabajadores, empobreciendo la población, militarizando el territorio nacional, avanza la seguridad democrática con nuevas entregas de recursos naturales al capital transnacional, en el caso particular de Coca-Cola, del agua potable...

Con la seguridad democrática ganan las empresas nacionales y extranjeras; pierden los obreros, los campesinos, los indígenas, los estudiantes, los sectores populares.

Eso halaga mucho a Coca-Cola, por que también gana, por que le ayuda a reducir sus costos de producción, de distribución y de venta de sus refrescos; incrementa el índice de desempleo, contrata tercerizados e incrementa la pobreza; así es que se construye con inequidad y se aumenta la miseria.

En efecto, en muy pocos años Coca-Cola paso de tener 19 plantas de producción a poseer solo 5; de contar con los medios de transporte y los trabajadores directos para la distribución de los productos a entregárselos a cooperativas y empresas de empleo temporal; de tener la mayoría de los trabajadores con contratos directos e indefinidos a poseer el 94% de sus obreros precarizados bajo modalidades de contrato mercerizado...

Coca-Cola, no se merece ni una sola felicitación. Han transcurrido ochenta años sin haber hecho nada bueno por Colombia; su presencia en el país le ha dejado grandes utilidades, pero solo pobreza y maltrato para sus trabajadores y miseria para la población.”

Las certeras acusaciones de los trabajadores, de relacionar a Coca-Cola con el militarismo estadounidense, teniendo la complicidad del entonces presidente colombiano, quien fuera denominado por Hugo Chávez como un “triste títere del imperio” se vieron comprobadas cuando en Febrero de 2010 en el fuerte militar de Tolemaida, se realizó la convención de Coca-Cola FEMSA.

Tolemaida es una de las bases militares de Estados Unidos en Colombia¹⁴. El eslogan de la convención fue “Guiados por el orgullo”, el tema de la conferencia que el general Freddy Padilla de León, comandante general de las Fuerzas Militares, expuso durante la convención fue “El orgullo de ser militar”. Los ejecutivos de Coca-Cola lucían orgullosamente el uniforme (camisetas y gorras) del ejército nacional de Colombia, hoy al servicio de los militares estadounidenses. El enriquecimiento de las transnacionales justifica la participación de éstas en la guerra que los Estados Unidos le han declarado y ejecutan contra los pueblos de América.

Coca-Cola fue una de las transnacionales acusadas, juzgadas y condenadas por el Tribunal Permanente de los Pueblos¹⁵, por: “su participación como autores, cómplices o instigadores, en la comisión de crímenes de lesa humanidad, que se concretan en los siguientes: asesinato; exterminio; deportación o traslado forzoso de población; encarcelación u otra privación grave de la libertad física en violación de normas fundamentales de derecho internacional; tortura; violación; persecución de un grupo o colectividad con identidad propia fundada en motivos políticos y étnicos, en conexión con otros crímenes mencionados, y desaparición forzada de personas; Sin perjuicio de lo anterior, cualquier persona vinculada a estas empresas es también individualmente responsable en el ámbito penal como autor o cómplice de aquellos crímenes de lesa humanidad en los que pueda haber participado.”

Para hacer conocer la lucha de los trabajadores de Sinaltrainal, Germán Gutiérrez y Carmen García, filmaron el documental “El caso Coca-Cola”, allí los cineastas hacen un seguimiento al trabajo de los abogados Daniel Kovalik y Terry Collingsworth (representantes de los trabajadores frente a la transnacional), y del militante Ray Rogers, director de la Campaña Stop Killer-Coke (Coca-Cola asesina), quienes buscan obligar al gigante norteamericano de la industria de bebidas gaseosas a responder por sus actos en esta lucha jurídica por los derechos humanos.

En Colombia, la comunidad indígena Nasa, de Tierradentro, se sumó con su Coca-Sek a las versiones latinas de Coca-Cola. La Coca-Sek es un líquido amarillo traslúcido energizante. Los indígenas nasa del sur de Colombia desarrollaron un refresco a base de hoja de coca, parte de una estrategia para desatanizar el uso de esa planta y competir contra las bebidas transnacionales. El empresario nasa David Curtidor informó a la Associated Press (AP), que "somos el resguardo indígena de Calderas los que hacemos parte de este proyecto... desde hace seis años nos dimos a la tarea de procurar restablecer el buen nombre de la hoja de coca que es una hoja y una planta con enormes propiedades medicinales y alimenticias". Además de la gaseosa, también preparan pan de coca, tortas, vino y agua aromática, intentando mostrar que se puede crear un mercado de lo propio para enfrentar al Tratado de Libre Comercio. Pero, además, que la hoja de coca puede tener un uso sano.

Pero aparte de mejorar el prestigio de la coca, el producto también hace una especie de declaración política de los indígenas colombianos que, según Curtidor, rehúsan a consumir Coca-Cola. Curtidor expresó que en Calderas "se inició una campaña para no consumir ni comprar Coca-Cola, entonces ahora les ofrecemos una bebida sustituta". Las razones de ese boicot a la bebida estadounidense es que "simboliza una dominación imperial, es el producto de una transnacional que ni siquiera compra su materia prima en Colombia". Coca-Sek obtuvo un rápido éxito comercial, ante lo cual Coca-Cola presiono a las autoridades y logró que sea retirada de los supermercados, hoy en día su venta esta permitida solo en los territorios indígenas.

Venezuela

Hugo Chávez fue el gran sepulturero del ALCA, en la IV Cumbre de las Américas.

"Hemos venido con una pala, porque en Mar del Plata está la tumba del ALCA. Vamos a decirlo: Alca, Alca, al carajo" Así comenzó su discurso el venezolano el 4 de noviembre de 2005, sostuvo que "tenemos que ser no sólo los enterradores del ALCA, sino los enterradores del modelo capitalista neoliberal que desde Washington amenaza a nuestro pueblo desde hace tanto tiempo... Debemos ser las parteras del nuevo tiempo, de la nueva historia, del ALBA. Vamos a enterrar el capitalismo para crear el socialismo del siglo XXI"

Y aprovechó para recordar la expresión de Rosa Luxemburgo de "Socialismo o barbarie". "No se trata de un impulso político, ético, moral o ideológico al mundo, sino de salvar al planeta... Está en juego la vida futura en el planeta, sólo la conciencia y la acción de los pueblos salvará el medio ambiente"

Como bien afirmaba el comandante Chávez, la depredación capitalista atenta en contra de los recursos naturales de los pueblos, de allí la necesidad de la crítica ideológica contra las transnacionales, como enemigas de nuestra especie.

El líder del movimiento bolivariano, tuvo importantes conflictos con Coca-Cola. En el 2009 exigió a la empresa que desaloje un terreno en el oeste de Caracas, a fin de que el gobierno pueda construir allí viviendas populares. Dijo entonces en su dominical programa de radio y televisión Aló Presidente: "Yo les pido que se vayan... Dos semanas le doy a la empresa Coca-Cola para que de manera voluntaria desaloje ese terreno. Váyanse con sus camiones para la sabana, a 100 kilómetros al sur donde hay millones de hectáreas libres... El Estado burgués capitalista favoreció y todavía sigue, en buena manera, favoreciendo al poderoso, en este caso una trasnacional que se da el lujo de tener una hectárea de tierra plana, sólida"¹⁶.

La trasnacional Coca-Cola Femsa, dominada por capitales mexicanos, utilizaba el predio ubicado en el barrio popular de Gramoven para estacionar los camiones distribuidores de la bebida. Chávez convirtió estos espacios en un Núcleo de Desarrollo Endógeno. Para la fecha se han ejecutado once obras en el lugar y en la segunda etapa de este núcleo se realiza la construcción de una escuela bolivariana, un Centro Maternal Simoncito, uno de Rehabilitación Integral, además de un comedor

solidario, un cafetín, un auditorio-gimnasio y un módulo de Barrio Adentro. También está propuesta la construcción de una biblioteca pública, un infocentro y un centro de producción audiovisual.

También en el 2009 el gobierno de Venezuela prohibió la circulación de Coca-Cola Zero, por considerar que es dañino para la salud, basándose en un estudio realizado por el Instituto Nacional de Higiene “Rafael Rangel” de Venezuela, perteneciente al Ministerio de Salud, el cual determinó que el producto contiene [ciclamato de sodio](#), un componente químico que en altas concentraciones puede ser perjudicial para el consumo humano, ya que es cancerígeno, razón por la que fue prohibido en Estados Unidos, cuarenta años atrás. El ministro de Salud y Protección Social de Venezuela, Jesús Mantilla, dijo que “El producto debe salir de circulación para preservar la salud de los venezolanos”. La medida considera, según el ministro, “evitar las próximas ventas del producto, así como ordenar la recolección de todas las Coca-Cola Zero que se encuentran en los establecimientos comerciales”. Coca-Cola acató la medida y retiró la bebida del mercado venezolano¹⁷.

El último conflicto entre Chávez y Coca-Cola fue en el 2011 durante un acto multitudinario diviso carteles contrarios a la transnacional entre sus partidarios, con los cuales se solidarizó

“¿Quién dijo que hace falta la Coca-Cola para vivir?... Si Coca-Cola no quiere cumplir con la Constitución y las leyes, bueno, uno puede vivir sin Coca-Cola, no es imprescindible” Sugirió alternativas naturales como el jugo de guayaba o el jugo de la caña de azúcar con limón “El jugo de parchita (maracuya) es muy bueno... Eso que ustedes hacen de denunciar a la Coca-Cola es agitación política. Háganlo todos los días”

La fuerte organización de los trabajadores bolivarianos sigue hoy luchando por sus derechos contra la transnacional.

Ya con Nicolás Maduro en el poder, hubo una disputa ideológica que giró sobre una de los conceptos que son asociados a la marca capitalista analizada, la felicidad. Cuando la derecha satirizó el nombre de elegido por el chavismo para designar a uno de los Viceministerios (en particular, el denominado “para la Suprema Felicidad”), Luigino Bracc escribió el artículo “El Viceministerio de la Suprema Felicidad, Coca-Cola y la Cajita Feliz de McDonald's”¹⁸, donde responde lúcidamente a las críticas de la derecha. Citamos extractos del artículo, que fue recomendado por el presidente Maduro:

“Que los mismos chavistas y gente de izquierda nos burlemos del nombre escogido para el nuevo Viceministerio para la Suprema Felicidad, es algo normal. Somos venezolanos, jodedores, criticones, y simplemente era inevitable que nos burláramos de tan pintoresco nombre. El propio Maduro debió escogerlo pensando en el inevitable chalequeo que se formaría al respecto, que nos haría más felices de lo normal con las ocurrencias que tendríamos sobre el mismo. ¿Cómo obtener un certificado que determine si eres Supremamente Feliz? ¿Habría que pagarle a un gestor? ¿Habría que sobornar a alguien? ¿Habría que ponerse a ver miles de horas de Stand-Up Comedy? Pero, ¿saben qué es triste? Ver a un escuálido burlarse del nuevo Viceministerio, diciendo que un gobierno se ve ridículo usando la palabra “felicidad”. Eso lo podríamos argumentar quienes criticamos la industria publicitaria, motivados por las charlas del profesor Roberto Malaver, quien explica que dicha industria en la actualidad ya no se enfoca en presentar productos, sino en manipular nuestras emociones para hacernos creer que la única forma de alcanzar la felicidad es comprando dichos productos. Muchos se niegan a analizar esto y, lejos de rechazar la industria publicitaria, se dejan manipular por ella. Coca-Cola es reconocida no sólo como un refresco, sino como un símbolo del capitalismo estadounidense. ¿Qué es lo que vemos en cualquier comercial de Coca-Cola? En la propaganda “Coca-Cola Happiness Machine” (la Máquina de la Felicidad Coca-Cola): básicamente una dispensadora se vuelve loca y empieza a regalar botellas de refrescos en un comedor universitario. Los jóvenes “alcanzan la felicidad” al tener muchas botellas de Coca-Cola.

Así son la gran mayoría de los comerciales de esta empresa

En Latinoamérica, Coca-Cola ha hecho su propia versión, con el llamado “Camión de la Felicidad de Coca-Cola”. Todos hemos visto en la televisión por cable, cuñas de un niño que dice estar muy orgulloso de su papá, que trabaja conduciendo un camión rojo de Coca-Cola llevando botellas a todo el mundo. Y el comercial termina con el mensaje: “Mi papá maneja un camión rojo, pero también reparte felicidad”.

Estos comerciales se regionalizan, y el camión va por cada país latinoamericano repartiendo “felicidad”, que en el caso de esta empresa se traduce en globalización, caries, diabetes, obesidad, privatización del agua, explotación de nuestros recursos y sindicalistas asesinados. Pero obviamente no veremos nada de eso en dichos comerciales, ni en ninguno de los medios de comunicación que son patrocinados por la transnacional. En esta versión del comercial, llamada “El Camión de la Felicidad de Coca-Cola: Caracas” los técnicos de mercadeo ponen su camión a recorrer la capital venezolana regalando refrescos. “El Ávila fue testigo de la llegada de un camión lleno de felicidad”, dicen. ¿Y adivinen qué vemos? Gente haciendo cola para que le regalen un refresco.

Cuando la gente hace cola en un Mercal o en un punto de la Misión Identidad, nos dicen que es algo “reprochable, absurdo y propio de regímenes comunistas”, pero cuando la gente hace cola para tener un refresco, lo hace “para ser feliz”.

Puedes pasar horas y horas viendo comerciales de Coca-Cola en Youtube, y en todos verás lo mismo: tratarán de convencerte de que, si compras mucha Coca-Cola, alcanzarás la felicidad. ¿Tiene esto algún sentido? No. Es una vulgar manipulación de nuestras emociones. Pero nunca he visto a nadie en la derecha burlarse de esos comerciales de Coca-Cola que intentan convencernos de que “seremos felices” si consumimos abundantemente esta bebida llena de azúcar y agua carbonatada. El Viceministerio de nombre gracioso se encargará de supervisar y mejorar los planes sociales iniciados por el gobierno de Hugo Chávez, que él llamó “Misiones”. Estos planes enseñaron a leer a millones de personas, trajeron a decenas de miles de médicos cubanos para impartir salud primaria gratuita, se encargan de distribuir cientos de miles de toneladas de comida todos los meses, operan de la visión a miles de personas con cataratas y un sinfín de etcéteras. Podemos discutir si el nombre del Viceministerio es apropiado o no. Podemos reírnos del tema. Pero reconozcamos algo: Este gobierno ha hecho mucho más por la felicidad de millones de personas, de lo que hacen las fábricas de refrescos cuyos comerciales llenos de supuesta “felicidad” raras veces son cuestionados.”

Perú

“Es una bebida inverosímil”

Palabras de Jorge Luis Borges, sobre la *Inca Kola*

Dos gaseosas locales se destacan en el territorio peruano, la Inca Kola y la Big Cola

La Inca Kola es creada en 1935 por inmigrantes de origen británico, la familia Lindley. Esta bebida se acopla a la perfección con la culinaria peruana, especialmente con la mezcla de sabores peruano-asiáticos, denominados Chifa.

Solo en dos lugares del mundo bebidas locales superan en ventas a la Coca-Cola, en Perú la Inca Kola e Irn- Bru en Escocia. Entre 1960 y 1980 logro consolidar su hegemonía, recurriendo a una iconografía y a publicidades que se apoyan en las tradiciones y costumbres históricas peruanas. Desde su nombre rescata la tradición incaica, al igual que en su logo, en el cual aparece el rostro de un habitante originario, acompañado de ilustraciones geométricas tradicionales y el mapa de Perú de fondo. La publicidad nacionalista de la gaseosa se ejemplifica en los siguientes anuncios: “Inca

Kola, la bebida de sabor nacional”; “Inca Kola sólo hay una y el Perú sabe por qué”. La clave del éxito de la gaseosa fue haber explotado la televisión con un sabor más local que la Coca-Cola. Lo dice el sociólogo Guillermo Nugent, que (de Inca Kola) sabe bastante. Así, mientras la amarilla husmeaba en fondas y chiringuitos, Washington enviaba al Tercer Mundo al hermano del presidente, Ted Kennedy, para repartir cocacolas. Inca Kola tanteaba la mesa exhibiéndose junto a un plato de cebiche con música criolla de fondo.¹⁹

Una vez conquistado el mercado local, a nivel internacional cambio el contexto político y cultural, con la globalización de la década de los 90’, cuando las marcas estadounidenses comenzaron a fagocitar el planeta.

Según el antropólogo Miguel Angel Hernández “La masiva invasión de productos y capitales extranjeros resultaron en el colapso de la industria nacional. Fueron pocos los productos que lograron permanecer en el mercado y muchos de ellos, como Inca Kola, apelaron a ese posicionamiento en el imaginario nacional en sus estrategias publicitarias. A los discursos anteriores se le agregó la representatividad como la bebida “propia” frente a lo invasivo, lo foráneo. El índice de consumo de gaseosas, que era compartido entre varias ofertas, se polarizó entre Coca-Cola e Inca Kola”. La globalización capitalista hizo que las culturas locales se vieran en la disyuntiva de adoptar los valores ofrecidos o rescatar de sus tradiciones elementos culturales que consideraran propios, en particular en la música y en la comida. Inca Kola enfrente con éxito en un principio la avanzada estadounidense, motivo por lo cual Mcdonald’s rompió en Perú su alianza exclusiva con la Coca-Cola, ofreciendo también en sus locales el combo Big Mac-Inca Kola. La familia Lindley se endeudo para sostener su hegemonía, la cual se había reducido, en los 80’ el mercado se dividía en un 50% para la Inca Kola y un 30% para la Coca-Cola, en 1995 fue cuando estuvo cerca de ser superada (33% frente a 32% respectivamente). Luego de años de Coca-Cola acepto su derrota y decidió cambiar su estrategia, ante lo cual en 1999 compro el 50% de la Inca Kola, Avilés y Titingher relatan así ese episodio:

“Color orina y sabor a chicle. Él no lo dijo, pero quizá lo pensó. Muchos lo piensan. En abril de 1999, el recién llegado a Lima presidente del directorio de The Coca-Cola Company, M. Douglas Ivester, tuvo que probar en público (para el público) la gaseosa que los peruanos preferían. Entrevista de rigor. La prensa esperaba el trago definitivo. La bebida gaseosa más bebida en todo el mundo había sido derrotada, lejos de casa, por una desconocida. El brindis fue la claudicación: Coca-Cola no podía competir con Inca Kola, así que sacó la billetera y la compró. Perder, comprar, todo depende del envase con que se mire. Lo cierto es que la compañía que había hecho añicos a la Pepsi en Estados Unidos, y que en menos de una semana desbarató el imperio de esta bebida en Venezuela, que facturaba más de diez mil millones de dólares al año, que pudo conquistar el enorme mercado asiático, que auspiciaba en exclusiva los mundiales de fútbol y las olimpiadas, que distribuía botellas etiquetadas en más de ochenta idiomas, que alguna vez hizo de Buenos Aires la ciudad más cocacolera del mundo, que se había adueñado de Columbia Pictures, que estuvo a punto de comprar American Express, que fue publicitada por The Beatles y Marilyn Monroe, y que hacía que el emperador de Etiopía, Haile Selassie, subiera a su avión sólo para ir a comprarla a países vecinos, es decir, la Coca, nunca logró convencer del todo el paladar de un país tercermundista llamado Perú. Primera plana del día siguiente: “Presidente de Coca-Cola brinda con Inca Kola”. Goliath arrodillándose ante David luego de la pedrada en la frente. El gigante maquilló bien la herida. M. Douglas Ivester tomó Inca Kola con una enorme sonrisa: el sabor dulce de la derrota”²⁰.

A finales de los 80’ en la ciudad de Ayacucho, donde el Mariscal Sucre libraré en 1824 la última batalla contra el colonialismo, operaba la guerrilla Sendero Luminoso, quienes atacaron la hacienda de la familia Añaños de origen terrateniente, la familia se mudo por un corto período a Lima, pero luego regreso a Ayacucho, donde el accionar de Sendero Luminoso había limitado y prácticamente expulsado a las transnacionales Coca-Cola y Pepsi. Fundaron Ajegroup (sigla que surge de los

apellidos Añaños y Jeri), del cual Kola Real (conocida en Perú como Big Cola) será su marca insignia. La estrategia que eligieron para competir con las multinacionales será calcada de estas, ofrecer un producto más grande a un precio más bajo (una Big Cola de 3 litros es más barata que una Coca-Cola de 2 litros), imitando también el color negro de esas bebidas y su sabor. A diferencia de la Inca Kola, encontramos que parte del nombre de esta gaseosa está en inglés, ya que no busca identificarse con la cultura peruana, ni está destinada solo a ese mercado. Llegó a Venezuela en 1999, en 2001 en Ecuador, 2002 en México y 2004 en Costa Rica. Conquistó el 20% del mercado en Perú y en Ecuador, el 12% en Venezuela por ciento del mercado; el 5% en México, el 8% en Costa Rica, también se exporta a Nicaragua y Guatemala.

Sobre las prácticas laborales de la empresa citamos el artículo “Kola Real: Terrorismo en su origen y en sus prácticas” (2005) de Enildo Iglesias, miembro de la Regional Latinoamericana de la Unión Internacional de Trabajadores de la Alimentación²¹

“Ajegroup aparece como una empresa simpática, en una lucha desigual con los gigantes del sector. Sus ventajas consisten en que posee sus propias fórmulas para las bebidas que produce, sus ventas están orientadas a los sectores de bajos recursos y sus productos se venden en envases que duplican en capacidad a los de sus competidores -en México ya están utilizando envases de tres litros y medio- con un precio comparativo sensiblemente menor. Sus clientes principales son los pequeños negocios minoristas y prácticamente no invierte en propaganda. Asegura que está “democratizando el mercado” y además se esfuerza por brindar una imagen de empresa familiar: en una entrevista a Business Perú, Ángel Añaños manifestó que “los trabajadores cumplen un papel muy importante en el desarrollo de la empresa”. De aquella afirmación a la realidad hay un largo trecho. En las nuevas plantas de México y Costa Rica casi no existen trabajadores en la producción. Las líneas embotelladoras son totalmente automatizadas y con gigantescos robots que realizan casi todo el trabajo. Cada una de esas grandes plantas ocupan poco más de 300 trabajadores. El grueso de la mano de obra se ubica en la distribución que se encuentra tercerizada en su totalidad. Esta informalidad en un sector tan importante le significa grandes ahorros en impuestos y prestaciones laborales, además de no existir gastos en seguros, responsabilidad por daños a terceros, etc.

Tal parece que el lema de Ajengroup es aprovechar a las personas dispuestas a trabajar por lo que se les quiera pagar. Pero los trabajadores se resisten a ello y ejercen su derecho a organizarse, cuando eso sucede la simpática empresa familiar cambia de rostro y recurre a la represión. Hace dos años, 40 despedidos de su fábrica en Puebla (México) se concentraron durante semanas frente a la fábrica reclamando por la violación al convenio colectivo, la obligación de realizar horas extraordinarias sin retribución alguna, la necesidad de adquirir su propia ropa de trabajo, malos tratos y acoso sexual. Mientras los despedidos realizaban sus piquetes, la empresa solicitaba personal a través de la prensa. Actualmente sus trabajadores están representados por el Sindicato de Trabajadores de la Industria Embotelladora de Aguas Gaseosas, Refrescos, Aguas Naturales, Cervezas y de las Bebidas Envasadas en General de México (afiliado a la UITA) con un convenio colectivo aceptable y unas relaciones que el Sindicato califica de normales.

Pero lo anterior no es la norma. El pasado 5 de febrero, los trabajadores de Ajeper -nombre que identifica a la empresa en Perú- constituyeron el Sindicato Nacional de Trabajadores Obreros de Ajeper. Pocos días más tarde varios de los trabajadores sindicalizados fueron despedidos, entre ellos dos dirigentes del Sindicato. Simultáneamente se iniciaron una serie de acciones destinadas a hostilizar a los trabajadores sindicalizados, entre otras, cambios en sus puestos de trabajo, supresión de las horas extras y no otorgar el tiempo necesario para consumir alimentos pese a que trabajan en horario corrido. Simultáneamente, la empresa se niega a considerar el pliego de reclamos destinado a negociar el convenio colectivo. Los despidos arbitrarios y la negativa de negociar el pliego fue denunciado por el Sindicato ante el Ministerio del Trabajo, pero la empresa no asistió a ninguna de las convocatorias efectuadas por las autoridades.”

Bolivia

“Cuando se tapa la taza del baño, ¿qué es lo que hacemos?, llamar al plomero (...) sin embargo, el plomero con sus diferentes instrumentos no puede resolver eso, y nos dice, dame cinco bolivianos, ocho bolivianos, ¿para qué?, para comprar Coca-Cola. Compra la Coca-Cola y la echa a la taza del baño, pasan minutos y ya está destapada (...) Imagínense, ¿qué químicos tendrá la Coca-Cola?”

Evo Morales

En Bolivia se da una particularidad, ya que ese país andino es el principal productor de hoja de coca, siendo éste un cultivo central en su cultura, en su historia y en su vida política, su actual presidente, Evo Morales ascendió al poder destacándose como dirigente cocalero. Hay varios productos de la coca: mate, jarabe, pasta dental, licores, caramelos y hasta tortas

Evo Morales reclamó ante la prensa internacional el trato especial que le dan los gobiernos andinos a la comercialización de la hoja de coca que compra Coca-Cola, ya que el comercio de dicha hoja está ilegalizado entre los países andinos, pero la Coca-Cola sí puede comprar la cantidad que quiera en cualquier país andino que la produzca.

En el año 2004, Nils Ericsson (presidente de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas) afirmó que: “La Coca-Cola, la mundialmente conocida fábrica de bebidas gaseosas, compra al Perú 115 toneladas de hoja de coca al año y a Bolivia 105 toneladas con las cuales produce, sin alcaloides, 500 millones de botellas de gaseosas al día”²², según el periodista Luis Gómez la presión por erradicar la coca en los países andinos es una estrategia para asegurar a Coca-Cola el monopolio de la hoja de coca, no sólo con la intención de controlar ese mercado sino también para monopolizar el mercado de refrescos que utilizan hoja de coca. A pesar de este control monopólico de la comercialización de la hoja de coca, materia prima esencial de la Cocaína, sus voceros se niegan a reconocer la utilización de hoja de coca en la fabricación de la bebida, entonces esta empresa debe ser el primer sospechoso en la investigación de las redes mundiales del narcotráfico porque ¿Qué hacen con todas esas toneladas de hojas de coca que compran anualmente?

Antes de la Conquista, la coca ya era parte de los rituales andinos y desde la Colonia pasó a ser parte de la economía minera: el “akulliku” (mascado) permitía a los obreros mantenerse en pie en los peligrosos socavones a decenas de metros bajo tierra, y ni las protestas de la Iglesia contra la “hoja diabólica” lograron su prohibición. La Comisión de Estupefacientes de la ONU creada en 1961 penalizó el mascado de la hoja de coca, dicha práctica fue despenalizada en enero del 2013. En su intervención ante la Comisión de la ONU el mandatario boliviano insistió en que la hoja de coca no es cocaína y en que la planta tiene usos rituales y medicinales. “El uso de la hoja de coca en su estado natural tiene innumerables y comprobados fines medicinales, se ha comprobado su efectividad durante cientos de generaciones en la lucha y alivio contra la artritis, diabetes, mal de altura, digestivo”. Morales recordó que ya en el siglo XIX se producía en Europa un tónico conocido como “vino Mariani” y que era muy apreciado incluso por el papa León XIII (1810-1903). El mandatario boliviano negó la eficacia de las políticas de diversificación de cultivos ya que, los altos beneficios que da la producción de la coca para el narcotráfico hace que otros productos sean siempre menos atractivos. Por el contrario, apostó por la industrialización y comercialización de productos realizados a partir de hoja de coca, y mencionó que ya hay en el mercado desde vinos y jarabes a dulces y cremas dentales. Morales recordó que el objetivo de la Convención de 1961 “es el de fiscalizar el uso indebido de estupefaciente, y no el de prohibir usos medicinales y prácticas socio-culturales, que no hacen daño a la salud humana”.

Recientemente hubo dos gaseosas bolivianas producidas en base a la hoja de coca, que buscaban

competir con la transnacional, la Coca Colla (creada en el 2010) y la Coca Brynco (creada en el 2011), hoy en día sus producciones están paralizadas.

En el 2012 el ministro de Relaciones Exteriores de Bolivia, David Choquehuanca, mencionando el cambio de era anunciado por el calendario maya dijo “El 21 de diciembre de 2012 es el fin del egoísmo, de la división, el 21 de diciembre tiene que ser el fin de la Coca-Cola, y el comienzo del mocochinche (refresco de durazno). Los planetas se alinean después de 26.000 años (...) es el fin del capitalismo y el comienzo del comunitarismo... estamos viviendo la Macha, la oscuridad, el egoísmo, el individualismo, la división; luego de esa fecha, desde el Lago Sagrado debemos proyectar la Pacha, la hermandad, el amor, el comunitarismo”. Las palabras de Choquehuanca nos recuerdan a la vieja profecía de los pueblos originarios de Norteamérica: “Cuando la oscuridad se haga más densa, cuando la Tierra clame de desesperación, cuando plantas y animales sean despreciados y pisoteados por el hombre, vendrán por el Oeste... se les verá llegar. Los Guerreros del Arcos Iris. Que traerán la Luz, el Conocimiento y el Amor al resto de sus semejantes.”

Si bien Mcdonald's (empresa aliada que cuenta con un contrato de exclusividad con Coca-Cola) se fue de Bolivia, porque los bolivianos prefiriendo sus costumbres alimenticias tradicionales, no consumían la comida rápida (fracaso reflejado en el documental ¿Por qué quebró McDonald's en Bolivia?), Coca-Cola continúa desde su llegada en 1941 haciendo negocios allí.

Brasil

En 1970 el artista brasileiro Cildo Meireles, realizó una de sus obras más conocidas, el “Proyecto Coca-Cola”, dentro de la serie “Inserción en Circuitos Ideológicos”. Meireles pintaba pequeños mensajes subversivos en las botellas de vidrio retornables de Coca-Cola, con instrucciones gráficas para hacer un cóctel molotov o frases combativas como Yankees Go Home, para su posterior puesta en circulación. El “Proyecto Coca-Cola” superó los límites de lo artístico para incidir, de manera contundente, en las problemáticas de la vida diaria.

El informe “La fiebre del azúcar” publicado por la organización internacional Oxfam²³, en Octubre del 2013, recoge ejemplos de casos de acaparamiento de tierras y disputas ligadas a empresas que suministran azúcar para la elaboración de productos de Coca-Cola y PepsiCo, así como denuncias de conflictos en las cadenas de suministro de Associated British Foods.

El acaparamiento de tierras por parte de estas firmas consiste en la adquisición de grandes extensiones de terreno para el cultivo de azúcar con el consiguiente desalojo “legal” de las comunidades locales que estaban establecidas en esas zonas (y que dependen de ellas para vivir) sin ningún tipo de consentimiento o compensación.

El mismo informe de Oxfam denuncia que una comunidad pesquera del estado de Pernambuco (Brasil) lucha por acceder a las tierras de cultivo y zonas de pesca de las que fue desalojada de forma violenta en 1998 para dar paso a una central azucarera que suministra azúcar a Coca-Cola y PepsiCo.

Muchas de las familias viven ahora en asentamientos en la ciudad más cercana y luchan por salir adelante. Como comentamos, las compañías no ofrecieron ningún tipo de compensación a estas comunidades.

En Mato Grosso do Sul (Brasil) las comunidades indígenas luchan contra la ocupación de sus tierras para dar paso a plantaciones de azúcar que proveen a un ingenio de azúcar propiedad de Bunge. Coca-Cola compra azúcar a Bunge en Brasil. Las plantaciones han destruido los bosques principal fuente de alimentos de dichas comunidades²⁴.

Argentina

Terminamos nuestro periplo siguiendo los rastros de la transnacional en Argentina, donde hubo grandes luchas sociales contra la explotación y a favor de la sindicalización. Los trabajadores eran obligados a desafiliarse del sindicato como condición para entrar en la empresa, donde no se contemplaba antigüedad, se los hacía trabajar domingos, feriados y horario nocturno sin compensación y además eran despedidos sin indemnización ni justificación ante la sospecha de querer sindicalizarse como ocurrió con Alejandro Victoria en 2005, cuya esposa estaba embarazada. El sistema era vigilarlos con cámaras ocultas. En 2006 muere un joven de 21 años en la planta de Pompeya aplastado por una maquina, trabajaba hacía 4 días y la muerte se podría haber evitado de haber sido capacitado, pero la empresa en lugar de capacitar prefería los contratos temporales. Tras una lucha de 15 años y tras amenazas y golpizas, lograron sus primeras elecciones de delegados en 2007.²⁵

El 6 de mayo de 2008, se formalizó en Buenos Aires, la creación de la Federación Latinoamericana de Trabajadores de Coca-Cola de la UITA (FELATRAC)²⁶. Este acto fue el resultado de un prolongado proceso de negociación y reflexión que apuntó a cumplir con los mandatos surgidos de las diversas Conferencias Regionales de la UITA, según los cuales se hacía necesario democratizar y descentralizar las tareas en el ámbito de la región. La FELATRAC nace representando a 60 sindicatos en 10 países de la región. Francisco Argueta, secretario general de STECSA y vicepresidente de la FELATRAC, manifestó al término del Encuentro: “Trabajamos para la misma transnacional y enfrentamos las mismas políticas y normas de producción. Si además, en varios países en América Latina tenemos a FEMSA como empleador, nuestra lucha debe ser la misma tanto a nivel nacional como regional”.

En Neuquén se libró en el 2010 una lucha contra la embotelladora Coca-Cola Polar, que había despedido a 145 trabajadores, buscando generar un vaciamiento. Tal como se hacía en Estados Unidos, tal como se hizo en Colombia, la estrategia es cerrar la fábrica, dejar a los obreros en la calle sin cobrar y luego volver a abrirla bajo otro nombre con condiciones todavía mas precarias, menores sueldos, en negro y por tiempo limitado, obreros baratos y descartables. La CGT (Central General del Trabajo) conducida por el entonces kirchnerista Hugo Moyano emitió un comunicado firmado por él y también por el secretario de Derechos Humanos, Julio Piumato. A continuación lo reproducimos:

“La CGT repudia despidos en Coca-Cola Neuquén y reclama su reincorporación.

145 trabajadores (entre ellos una compañera embarazada) que se desempeñaban en el sector de producción de la empresa embotelladora Polar Sociedad Anónima fueron despedidos, de manera arbitraria, sorpresiva y penderciera.

El lunes, los trabajadores del turno noche, fueron notificados por personal de seguridad de la empresa, acerca de la prohibición de ingreso a la fábrica para realizar sus tareas habituales. Allí se les notificó extraoficialmente su despido y el supuesto envío de los telegramas.

En ese marco, el Ministerio de Trabajo de la Nación, dictó la conciliación obligatoria y hoy por la mañana se realizó la audiencia de conciliación con presencia de autoridades de Polar SA, trabajadores de la firma, representantes de SUTIAGA, de FATAGA del orden nacional, el Secretario General de CGT Regional Neuquén, Sergio Rodríguez; y otros dirigentes gremiales adheridos a nuestra Central Obrera.

Que fracasó por retiro intempestivo de los empresarios.

Al día de la fecha, los 145 compañeros afectados por esta absurda medida, no pueden realizar ninguna transacción bancaria puesto que sus cuentas fueron bloqueadas.

Tamaña actitud que viola flagrantemente la legislación vigente y los derechos humanos de los

trabajadores debe ser sancionada.

La CGT Nacional respalda la resolución que en el día de mañana tome el Plenario de Secretario Generales de la CGT Regional Neuquén y reclama a las autoridades se tomen las medidas para revertir la conducta ilegal de la empresa y se reincorpore de inmediato a los trabajadores despedidos.”²⁷

Reproducimos también el comunicado del PTS (Partido de los Trabajadores Socialistas) que hace un balance de la lucha obrera:

“Neuquén: Gran triunfo de los trabajadores de la Coca-Cola

Luego de diez días de lucha y de mantener las dos plantas tomadas, los obreros de la Coca-Cola lograron un triunfo contundente en Neuquén. Con guardias día y noche, lograron torcerle el brazo a una de las empresas más poderosas del mundo, que había despedido a todo su plantel de producción, unos 145 trabajadores, y había cerrado la planta, dejando en pie sólo los depósitos y la venta... Hay que señalar que el gremio nacional de los trabajadores de la Coca-Cola, Fataga, tuvo que ponerse a la cabeza con paros nacionales, siendo que perdería la fábrica más importante en Neuquén, y donde los primeros despidos de esta empresa fueron contra toda la comisión directiva. Así mismo, intervino el moyanismo cegetista que tomó este conflicto como otro campo de batalla en el juego de presiones que mantiene con Techint y Siderar...Este gran paso tiene que fortalecer a los compañeros que sostuvieron la toma, porque sin ellos esta lucha no hubiera arrastrado esta pelea a la victoria. Del mismo modo, los trabajadores deben mantenerse en alerta ante posibles represalias por parte de la patronal, y seguir unidos y organizados... que este gran paso en la Coca-Cola de Neuquén sea el primer golpe que demos a los empresarios que se llenan los bolsillos con nuestro sudor.”²⁸

Notas:

¹ Naomi Klein. No logo. El poder de las marcas. Buenos Aires, Paidós, 2001

² Klaus Werner y Hans Weiss. El libro negro de las marcas. Buenos Aires, Sudamericana, 2003

³ Mark Pendergrast. Dios, Patria y Coca-Cola. Buenos Aires, Vergara, 1993.

⁴ Michael Blanding. La máquina Coca-Cola, 2010.

⁵ Gustavo Castro Soto. Coca-Cola: la historia negra de las aguas negras. CIEPAC, 2003-2005. Disponible en: <http://www.lahaine.org/index.php?p=45130>

⁶ Enero de 1959 en la revista Bohemia de Cuba

⁷ Datos obtenidos del artículo de [István Ojeda Bello](#), EL murciélago vuelve a las andadas. Disponible en línea: http://www.rebelion.org/noticia.php?id=36078#_edn2

⁸ Allá por aquellos tiempos de la coca-cola Gabriel García Márquez, 1981.

⁹ La Coca-Cola en México el Agua Tiembla, [Gustavo Castro Soto](#) <http://www.ecoportal.net/content/view/full/45337>

¹⁰ El gerente de la Coca-Cola por Miguel Bonasso.

¹¹ TLC duplicó consumo de coca cola en México <http://laprimera plana.com.mx/2012/03/07/tlc-duplico-consumo-de-coca-cola-en-mexico/>

¹² Fechada el 6 de junio de 1979 <http://www.cidh.org/annualrep/80.81sp/Guatemala4425.htm>

¹³ Resolución No. 38/81, Caso4425, Guatemala fechada el 25 de junio de 1981.

- 14 La Coca-Cola militar. Disponible en: <http://www.letra.org/spip/spip.php?article3465>
- 15 El Tribunal Permanente de los Pueblos (TPP) tiene su origen en 1979 en el llamado Tribunal Russell, un tribunal surgido desde la sociedad civil para juzgar los crímenes de lesa humanidad cometidos por Estados Unidos en la guerra contra el pueblo de Vietnam. Actualmente el TPP, se encarga principalmente de juzgar a las empresas transnacionales.
- 16 Artículo de Reuters. Emplaza el gobierno de Venezuela a Coca-Cola a desalojar un predio. <http://www.jornada.unam.mx/2009/03/09/index.php?section=economia&article=031n2eco>
- 17 <http://www.lanacion.com.ar/1138199-chavez-ordeno-sacar-de-la-venta-a-la-coca-cola-zero>
- 18 Luigino Bracci. El Viceministerio de la Suprema Felicidad, Coca Cola y la Cajita Feliz de McDonald's, 2013. Disponible en: <http://www.aporrea.org/actualidad/a175980.html>
- 19 Marco Avilés y Daniel Titinguer. El imperio de la Inca, 2005. Disponible en: <http://www.letraslibres.com/revista/convivio/el-imperio-de-la-inca>
- 20 Marco Avilés y Daniel Titinguer. El imperio de la Inca, 2005.
- 21 Enildo Iglesias. Kola Real: Terrorismo en su origen y en sus prácticas, 2005. Disponible en <http://www6.rel-uita.org/sectores/bebidas/kola-real.htm>
- 22 Luís Gómez, The Narco Bulletin, 28 de enero de 2005, en www.narconews.com.
- 23 Disponible en <http://www.oxfam.org/es/crece/policy/la-fiebre-del-az%C3%BAcar>
- 24 Artículo: Las grandes empresas de alimentación y bebidas deben actuar para frenar los conflictos sobre la tierra ante la creciente demanda mundial de azúcar. Disponible en <http://www.oxfam.org/es/crece/pressroom/pressrelease/2013-10-02/grandes-empresas-alimentacion-bebidas-conflictos-tierra-azucar>
- 25 El doble discurso de Coca-Cola por Yesica Stekli. Disponible en <http://comunicacionpopular.com.ar/el-doble-discurso-de-coca-cola/>
- 26 Para más información sobre FELATRAC <http://www.felatrac.org>
- 27 Disponible en http://www6.rel-uita.org/companias/coca-cola/cgt-coca_neuquen.htm
- 28 Disponible en <http://www.pts.org.ar/Neuquen-Gran-triunfo-de-los-trabajadores-de-la-Coca-Cola>