

McDonald's, comida basura y globalización

McDonald's es, en cierto modo, uno de los estandartes de eso que hoy en día llamamos *globalización*. Una gran multinacional, de capital estadounidense, portadora en todo el mundo del *American Way of Life*. McDonald's es una inmejorable muestra de todo aquello que la fase actual del capitalismo supone para tod@s aquell@s que no se benefician directamente de ella (y ciertamente quienes comen en los restaurantes de “comida rápida” no pertenecen a ese grupo de privilegiados), y que se pueden resumir en la creciente pérdida del control de las personas y los pueblos sobre sus vidas, que se subordina de forma cada vez más acusada al beneficio privado.

Quienes, desde perspectivas y procedencias diversas, nos oponemos al “orden” capitalista, debemos considerar como un aspecto fundamental de nuestra práctica social y política el relacionar todas las manifestaciones de esta subordinación de la vida al beneficio privado (y que pueden ir desde la precariedad laboral hasta los alimentos intoxicados) y ponerlas en relación con su causa última (un sistema económico que tiene como fin precisamente la consecución de dicho beneficio), acercando estas reflexiones a la ciudadanía, especialmente a las *clases populares* (las vidas de cuyos miembros son sin duda las más subordinadas). He aquí una labor central tanto teórica como práctica. Y siendo las multinacionales eje de múltiples manifestaciones de la opresión, está lleno de sentido plantear batallas en su contra, haciéndose eco de y apoyando a los movimientos de base que en otras partes del mundo hacen lo mismo. Se trata de desvelar cómo el “orden” capitalista (orden para unos pocos) se construye precisamente sobre el sufrimiento de la mayoría.

Se analizan a continuación algunos aspectos de la alimentación en el sistema capitalista, especialmente por lo que respecta a la llamada “McDonalización del planeta”. Se comentan también algunas cuestiones acerca del funcionamiento de la compañía. Obviamente, no se trata de hacer un análisis riguroso o sistemático, sino sólo de ofrecer algunos argumentos (y datos que los avalen) contra McDonald's en particular y contra el capitalismo en general.

La alimentación puesta al servicio del beneficio privado

El imperialismo. Buena parte de la carne que se consume en el “Norte” o los países del Centro se produce en el “Sur” o Periferia. Con el deterioro progresivo de los términos netos de intercambio, estos países se ven obligados a producir más y más comida para comprar tecnología y productos manufacturados a los países del Centro (principalmente a EE UU, el mayor consumidor de hamburguesas). Es curioso que de los 40 países del mundo más pobres, 36 exporten comida a EE UU, el más rico. En estos países, los cultivos tradicionales (intensivos en trabajo y bastante integrados en el medio) han venido siendo sustituidos por el monocultivo en beneficio de los países “desarrollados”. De este modo, las mejores tierras, tradicionalmente destinadas a productos para el consumo interno (con lo cual se lograba la autosuficiencia alimentaria) se destinan ahora a productos que serán exportados al Centro —productos con escaso valor nutritivo: café, té, tabaco— o a cereales para alimentar a un ganado que o se cría en las granjas del “Norte” o acabará en el “Norte” igualmente, y que será la materia prima de las hamburguesas. A ello hay que añadir que buena parte de la producción agrícola se destina exclusivamente a alimento para ganado (en Estados Unidos, por ejemplo, la mitad de la producción cerealística tiene ese fin). Además, para producir una caloría de carne, es necesario suministrarle al ganado diez calorías de grano. De los 145 millones de toneladas de alimento para el ganado, sólo 21 millones de toneladas de carne y otros productos se usan. La pérdida es de 124 millones de toneladas por año, con un valor de veinte mil millones de dólares.

Por otro lado, la cada vez más rápida deforestación del planeta —cada año se pierde una superficie de selva similar al tamaño de Gran Bretaña— tiene como una de sus causas principales conseguir pastos para el ganado.

Pérdida de biodiversidad. La búsqueda de especies, tanto vegetales como animales, más “productivas”, está conduciendo a una gran pérdida de biodiversidad que puede tener consecuencias nefastas en un futuro próximo. Así, un 95% de la alimentación humana se obtiene de sólo treinta tipos de plantas, directamente o de manera indirecta a través de la producción de carne, y tan sólo ocho de estos tipos de plantas constituyen el 75% de nuestro abastecimiento. Algo similar ocurre también en el caso de la carne de vacuno: para el mercado mundial se crían en todas partes las mismas razas —por regla general tan sólo cuatro especies—; como resultado de ello, las tres cuartas partes de las razas de vacas de Europa está en riesgo de desaparición.

Agricultura y ganadería. Tanto la agricultura como la ganadería tienen como finalidad exclusiva la producción de la mayor cantidad posible de producto en el menor tiempo. En la agricultura, la llamada *Revolución Verde*, que generalizó el uso masivo de productos químicos con la excusa de lograr una mayor “productividad”, ha llevado el uso de éstos a extremos tan aberrantes como éste: en Estados Unidos se comen casi exclusivamente tomates que se cosechan verdes en forma mecánica y que poco antes de su comercialización se maduran artificialmente con ayuda de etilos. Cuando la tierra ya no da más de sí, la multinacional en cuestión que la “cultiva” se traslada a otra porción de suelo.

Con la producción de carne ocurre algo parecido. La cría se realiza en menos de la mitad de tiempo que la tradicional. Los animales tienen que crecer (a ritmos acelerados gracias al suministro de hormonas) en espacios reducidísimos, y muchas veces no tienen acceso a lo largo de su vida ni a la luz del sol ni al aire fresco (especialmente los pollos y los cerdos). El hacinamiento de los animales favorece su agresividad; para evitar que se maten entre ellos, se les queman los cuernos y se les corta el rabo para que no se lo coman unos a otros; además, se les inyectan tranquilizantes en abundancia. Los fármacos que se les proporcionan favorecen el almacenamiento de agua en la carne de los animales; hinchan la carne como si de una esponja se tratase. A sus piensos, entre otras cosas, se les añaden “harinas” de carne de otros animales y de pescado, que en el caso de estar contaminadas por alguna enfermedad, la transmiten rápidamente al ganado que la consume (así, por ejemplo, éste fue el transmisor de la enfermedad de las *vacas locas* al ganado vacuno). Finalmente, son sacrificados, con frecuencia de manera cruel y sangrienta. En los mataderos, la carne resulta a veces contaminada con el contenido de las entrañas, con las heces o con la orina, conduciendo a infecciones bacterianas. En un intento por contrarrestar la infección en sus animales, se les inyectan multitud de antibióticos, con lo cual las granjas se convierten también en criaderos de cepas de gérmenes resistentes. Ni qué decir tiene que hormonas, tranquilizantes, antibióticos y otros fármacos se almacenan en parte en la carne que luego se consumirá, yendo a parar una porción de todo ellos al cuerpo de l@s consumidoras/es.

Un sector controlado por las multinacionales. Todo ello se da en el seno de un proceso de fuerte concentración y centralización del capital de la industria alimentaria: así, tan sólo un 0,25% de todas las firmas norteamericanas del sector alimentario cobran un 75% de las ganancias de esa industria. Junto con ello, existe una fortísima *integración vertical*, según la cual una misma firma controla todas y cada una de las etapas de la producción de alimentos; ello tiene consecuencias desastrosas para l@s campesin@s: en los contratos con las empresas que les comprarán la cosecha, se comprometen a cultivar una especie determinada (en muchos casos, modificada genéticamente), a emplear de modo exclusivo semillas suministradas por la firma, a cumplir con las instrucciones de la firma respecto de

la aplicación de productos antiparásitos para cultivos (suministrados con frecuencia por la propia compañía) y a cultivar la cosecha en una época determinada.

McDonald's

La forma según la cual funciona un restaurante McDonald's debe situarse en el contexto de la llamada "revolución de los servicios", que se extiende por diversas ramas de ese sector, pero cuyas características son especialmente evidentes en los restaurantes de comida rápida: limitación de la producción a unos pocos productos en diversas variantes; aplicación de materias primas previamente elaboradas; envases desechables; empleo de trabajadoras/es no cualificad@s... Veamos con detenimiento algunas de las consecuencias de todo ello en McDonald's.

La dieta. La dieta de McDonald's es rica en grasa, azúcar, productos animales y sal, y baja en fibras, vitaminas y minerales. La grasa y el sodio se relacionan con la tensión arterial alta y con la arteriosclerosis (causante de los infartos). Se trata de una comida en la cual la relación entre energía útil y masa es más elevada que en el resto de alimentos, lo que promueve que se ingieran muchas más calorías de las que necesita el organismo.

No es exclusivamente producto del *marketing* el hecho de que este tipo de comida resulte apetitosa a l@s consumidoras/es: se le añaden sustancias químicas (por ejemplo el glutamato, proteína vegetal hidrolizada, levadura ahumada, algunas de las cuales tienen, por cierto, consecuencias nefastas para la salud) que dejan en la boca un sabor tal que a un@ siempre le gustaría poder seguir comiendo. De hecho, un experimento con ratones halló lo siguiente: si se les dejaba elegir entre varios tipos de comida (comida rápida por una parte y comida sana por otra) éstos se alimentaban únicamente de la comida industrializada, a pesar de que empeoraba su estado de salud (desarrollando obesidad y una mayor propensión a contraer infecciones).

Es muy frecuente que los vegetales que se añaden a las hamburguesas se traten con productos químicos (amén de los que ya se emplean en su producción). La "lechuga fresca", por ejemplo, es tratada con doce agentes químicos distintos para mantenerla del color adecuado y adecuadamente crujiente durante el tiempo requerido.

La fuerza de trabajo. Los costes laborales de McDonald's no superan el 25% de las ventas netas. La precariedad laboral es elevadísima: el 80% del personal trabaja a tiempo parcial, su rotación anual es del 60% (en Estados Unidos, del 300%). No es inusual para es@s trabajadoras/es marcharse a las dos o tres semanas. Trabajan de noche y en los fines de semana, haciendo largos turnos en ambientes calurosos, de olores penetrantes y ruidosos. Los salarios son bajos y las oportunidades de promoción mínimas. Una reciente encuesta de trabajadores de hamburgueserías halló que el 80% decía que necesitaría la ayuda sindical acerca del salario y las condiciones de trabajo. El control se realiza por horas, para lograr la máxima eficacia. Así, un trabajador cuenta: "en el área de las cajas incluso se nos controlaba con un cronómetro. Como máximo, teníamos que atender a cada cliente en tres minutos; de lo contrario se nos reprendía. Teníamos que servir a un número determinado de clientes por día. Todo eso se nos establecía previamente por escrito". A l@s emplead@s se les obliga a sonreír a la clientela (de ahí la "amabilidad" que McDonald's presenta como una de sus señas de identidad). Suele darse una alta proporción de trabajadoras/es de minorías étnicas que, con escasas oportunidades de obtener otro trabajo, temen ser echados —como ha ocurrido en muchos casos— al intentar organizarse sindicalmente. La mayoría de l@s trabajadoras/es tienen menos de 21 años.

La publicidad. La estrategia de *marketing* de la empresa es la siguiente: McDonald's ofrece, ante todo, calidad, un servicio rápido, limpieza y un producto económico, pero también

amabilidad con l@s niñ@s y con las familias, responsabilidad social y compromiso caritativo, creación de puestos de trabajo y de posibilidades para los individuos.

Casi todos los anuncios de McDonald's están dirigidos a l@s niñ@s. De ahí la utilización del payaso Ronald McDonald y la imagen publicitaria de las hamburgueserías de la compañía como espacios de juego, diversión, etc.

Conviene hacer hincapié en los aspectos que tienen que ver con la “responsabilidad social” de la multinacional. McDonald's lo llama “devolver algo a la comunidad” (el lenguaje les delata): por ejemplo, se organizan visitas a los hospitales (fríamente diseñadas en los manuales de uso interno de la compañía para que proporcionen el mayor beneficio posible); también se ha creado una “Fundación Ronald McDonald” para ayudar a l@s niñ@s huérfan@s.

REFERENCIAS: La mayor parte de la información está extraída de CRISTIANE GREFFE *et al*: *El imperio de la hamburguesa*. Barcelona, 1988: Gedisa. Hay abundante información en internet, especialmente en www.mcspotlight.org.