

Bellinghausen, Hermann, "Agresiva campaña de coca cola de Chenalhó a Acteal", *La Jornada*, Distrito Federal, México, Desarrollo de Medios S.A. de C.V. (DEMOS), 03 de noviembre de 2001.

Consultado en:

<http://www.jornada.unam.mx/2001/11/03/021n1pol.html>

Fecha de consulta: 07/04/2014.

Cambia tapas por bolsas de frijol; el refresco, a 2 pesos

Ha repartido decenas de refrigeradores en las comunidades con la prohibición de usarlos para enfriar cualquier otra cosa

Municipio Autonomo San Pedro Polho, Chis., 2 de noviembre. Ha proliferado por toda la región. En casas, tiendas y depósitos, a la entrada de las comunidades, en los tableros de basquetbol de las escuelas, contra las cercas de los huertos, anuncios rojos y grandes exclaman con letras blancas: "¡Vívela!", y encajan en los ojos, una y otra vez, y sin cesar, el logo de Coca Cola. En Chenalhó, Yabteclum, Polhó, Acteal y puntos intermedios. Sobre la carretera y campo adentro. La invasión visual del producto es, proporcionalmente, mucho mayor a la que uno encuentra en cualquier otro lugar del país.

Para decirlo de una vez: las tierras de Chenalhó están inundadas por la Coca Cola. Siguen siendo, pese a las versiones triunfalistas del gobierno estatal, tierras de desplazados, de grupos paramilitares impunes y tan tranquilos. De despojos, hambre y miedo. De una militarización aplastante. Pero hoy ya son lugar privilegiado para vivir la chispa de la vida a precios muy bajos.

A la vez, se empieza a retirar de esta atribulada región el Comité Internacional de la Cruz Roja, que merced a dos convenios con el gobierno federal (en 1994 y 1998) ha atendido parcialmente, pero de manera significativa, la escasez de comida en los campamentos, donde aún hay más de 10 mil campesinos tzotziles desplazados por la violencia paramilitar.

Es tan impresionante la presencia del mencionado refresco que un grupo de personajes, entre quienes se cuentan Pablo González Casanova, Alfredo López Austin, Ofelia Medina, Samuel Ruiz García, Raúl Vera, Juan Bañuelos y Víctor Flores Olea, dirigieron el pasado agosto una carta al Presidente de la República en la que preguntaban:

"Señor Vicente Fox, queremos saber si el Plan Nacional de Desarrollo incluye que la nutrición del pueblo mexicano se base en el consumo de Coca-Cola. Esta pregunta, a primera vista estrafalaria, se origina en el hecho constatado de la publicidad agresiva y desmedida que se hace de esta bebida y en el precio con el que se expende en las comunidades indígenas de Chiapas, 2 pesos, a diferencia de los 5 que cuesta en tiendas de cualquier ciudad de la República Mexicana."

Proyecto piloto

Entre Acteal y Santa Marta, y de Los Chorros a Chimix, todo indica que Chenalhó es un proyecto piloto de algo más. Al parecer, aquí no se trata sólo de una estrategia comercial de la empresa. Para apoyar la dieta de los indígenas, Coca Cola regala bolsas de frijol a cambio de tapas de refresco, y participa en la remodelación de las escuelas, en un altruista apoyo a la educación de los niños indígenas que deja huella. Si no fuera por el pertinaz patrullaje de la Seguridad Pública y la elocuente presencia de cuarteles militares y miles de asoldados, podría pensarse que aquí las funciones sociales del gobierno corren a cargo de la refresquera.

El trasiego hacia los Altos de Chiapas de grandes tráileres con doble remolque, cargando millares de envases de Coca Cola, constituye otra novedad. Son tan largos y pesados que dominan la carretera San Juan Chamula-Chenalhó-Pantelhó, y los demás vehículos no tienen modo de rebasarlos entre curva y curva. Cuando empezaron a subir los tráileres en los meses recientes, los cables de luz no estaban preparados para su mole, y fueron segados en repetidas ocasiones.

Pero la electricidad no será problema. Se reparan los cables arrancados, porque sin ellos ¿qué sería de los refrigeradores-vitrina que la empresa refresquera ha distribuido por

decenas en cada pueblo y cada caserío, siempre rebosantes del negro líquido en botellas de distintas presentaciones, bien frío?

Y es bueno que los campesinos tengan refrigeradores, aunque sólo sean para los refrescos. Los usuarios tienen terminantemente prohibido por los distribuidores darles otros usos, como por ejemplo, guardar alimentos o bien, horror, los productos de la competencia. El castigo consiste en retirar los aparatos. Ante tal peligro, los expendedores particulares son celosos cumplidores de la norma.

Ya se dio el caso de un servicio médico que necesitaba guardar en refrigeración, durante una noche, las vacunas para los niños de un campamento de desplazados. Y no consiguió un huequito en los frigoríficos de las tiendas, porque, qué tal que se dan cuenta los distribuidores del vital líquido. Y luego qué hace el tendajón sin chescos a temperatura nórdica. A ver.