

Entrevista con Pablo Cruz

Fábricas de alimentos, bajo observación

****Canana Films distribuye Comida, SA y busca concienciación ciudadana***

****Más orgánico, más local y menos chatarra industrial***

Enrique Pérez Suárez y Lourdes E. Rudiño

Food, Inc (Comida, SA), el documental dirigido por Robert Kenner que analiza de manera crítica los procesos altamente industrializados de la producción alimentaria en Estados Unidos, estará en salas de cine de nuestro país a partir del 4 de Junio, y Canana, la productora que distribuye aquí esta película aspira a lograr un efecto de "toma de conciencia" por parte de los consumidores mexicanos.

Nominado como mejor documental para el Óscar este 2010, *Food, Inc* muestra el poderío sin precedentes que tienen en Estados Unidos (EU) las grandes corporaciones de alimentos (como Tyson, IBP, Pardue, Conagra y Smithfield, entre otras) y expone cómo sus métodos --basados en "el avance de la ciencia y la tecnología", según dicen los directivos de las compañías en el filme— ignoran y de hecho violan la salud de los consumidores; el equilibrio ecológico; el bienestar de los animales (pollos, reses, cerdos); las posibilidades de sobrevivencia de los pequeños y medianos agricultores, e incluso los derechos laborales, si se considera que muchos indocumentados mexicanos trabajan en sus fábricas en procesos donde arriesgan su salud y están expuestos a redadas policíacas.

En charla con *La Jornada del Campo*, el director de Canana, Pablo Cruz, explica que el documental le atrajo porque toca un tema que nos incumbe a todos: el de la alimentación, y porque su mensaje, basado en hechos concretos, es muy claro y va dirigido al consumidor, "a alguien que va al supermercado y tiene qué escoger y qué comprar". Y si bien es cierto que muchos espectadores pensarán que el filme ocurre en Estados Unidos, la realidad es que "estamos debajo de ese país que se devora todo, somos su patio trasero" y "muchas de las marcas que se venden allá son las mismas que tenemos aquí".

Cabe mencionar que en la película aparece la más grande granja de cerdos de Estados Unidos, ubicada en Carolina del Norte, propiedad de Smithfield, en donde diariamente se sacrifican 35 mil puercos mediante un proceso que

aplasta y asfixia a los animales entre puertas de acero corredizas. Smithfield tiene en asociación con Agroindustrias Unidas de México (AMSA) las más grande producción porcícola de México, en Perote, Veracruz.

Pablo Cruz dice que él y Gael García Bernal (quien es su socio en Canana junto con Diego Luna) vieron el documental para participar en una mesa de discusión al respecto en Berlín, y coincidieron en que Canana debía traer el filme a México "para abrir la discusión sobre qué es lo que estamos comiendo".

Así, Canana se involucró en una serie de actos públicos en las semanas recientes junto con organizaciones campesinas y de la sociedad civil, como la Campaña Sin Maíz no hay País, la Asociación Nacional de Empresas Comercializadoras de Productos del Campo (ANEC), Semillas de Vida, AC, y Greenpeace México, para "calentar" el interés por la película. Hubo mesas redondas en la UNAM y en la Universidad Iberoamericana y una movilización ante las instalaciones de Monsanto, para reclamar porque sus semillas transgénicas implican riesgos para la salud humana, el medio ambiente y la biodiversidad.

Dice Pablo Cruz: "El cine es un vehículo de concienciación efectivo y una herramienta para darle poder a la gente, sirve como instrumento de cambio, y películas como ésta -o como *La verdad incómoda*, conducida por Al Gore, que habla sobre el calentamiento global— tienen un contenido tal que cuando terminas de verlas tú solito determinas qué hay que hacer. En *Food, Inc* hay claridad; hay que estar loco para no darse cuenta de que cuando vayas al supermercado por lo menos debes leer la etiqueta de los alimentos. Quién sabe qué diablos nos están dando en las galletas que compramos o en el chocolate que le das a tus hijos. (Será positivo) si de diez personas que vean el documental uno regresa a su casa y decide comprar tortillas de nixtamal en lugar de pan Bimbo, pues ésta es nuestra naturaleza y debemos consumir los productos locales y que respetan el medio ambiente, y también debemos darnos cuenta que hay gente atrás que está decidiendo qué vamos a comer sin preguntárnoslo. Una compañía como Monsanto se está adueñando de todo esto".

Con realismo acepta que "en una economía como la nuestra, es muy difícil que la gente haga elecciones en la comida. Una familia que apenas tiene lana no va a ir a comprar pan orgánico, además de que no tiene tiempo. Con todos los miembros de la familia trabajando a qué horas te das cuenta si los frijoles son

orgánicos, y compras tortillas de Maseca porque son más baratas (que las de nixtamal) Aunque el compartir una reflexión (sobre el filme) puede llevarte a que cuando vayas al súper en lugar de comprar unas papas Sabritas compres unas papas frescas y las cuezas o que compres harina y hagas pan en casa o que busques la manera de producir yerbas en tu casa, o consumir lo que ofrecen los agricultores locales. Entender lo que son las temporadas agrícolas, que no es normal por ejemplo que haya uvas o berenjenas todo el año, y que para que Wal-Mart las ofrezca tienen que viajar desde quién sabe donde y desestabilizan a la agricultura nacional, que depende de que uno consuma lo que hay en temporada”.

Según Pablo Cruz, hoy en el orbe hay movimientos, curiosidad, deseos de saber cómo se producen los alimentos y también la emergencia climática conduce a observar qué pasa con la comida. “Los que tenemos hijos queremos saber qué es la primera cosa que comerán ellos después de la lecha materna. Food, Inc nos permite reflexionar al respecto, nos permite preguntarnos qué pasa con las reglas de calidad de alimentos (que no hay en México), y no es, como dice Gael, que vayamos por la calle gritando lo que hay que hacer. Cada uno hacemos nuestras decisiones personales, por ejemplo yo nunca consumo CocaCola, y cuido no desperdiciar el agua, uso focos de bajo consumo energético. La película podría propiciar un efecto de ola”.

Food, Inc se estrenó en cinco salas. Éste es el primer paso de su difusión. Se espera que empiece a crear controversia, que la gente la recomiende. Luego saldrá en la plataforma de VoD (*video on demand*) de Cablevisión y después se venderá en video; por último, “dentro de unos seis meses, seguro estará disponible en internet”.

La película muestra cómo la producción industrial de granos y carnes (en grandes cantidades uniformes) es abaratada por subsidios y con ello se impulsa el consumo de comida chatarra y se desplaza el consumo de calorías sanas como las de frutas y hortalizas. Y esto se relaciona con la incidencia creciente de enfermedades como la diabetes. La película generó malestar entre algunos grupos en Estados Unidos. Por ejemplo, la Asociación Nacional de Productores de Maíz de ese país pidió a sus miembros que vía las redes sociales de internet rebatieran el filme y pidieran que no se le otorgara el Óscar. Según Pablo Cruz, es poco viable que en México vaya a enfrentar censura. “No creo que se atrevan, menos cuando se sabe que la película la trajeron estos dos hombres

(Gael y Diego)", Aunque, dice, sería ideal que las grandes trasnacionales de alimentos reaccionen. Mientras más se debata, mejor.

**_

RECUADRO

Elecciones tres veces al día

Las tarjetas publicitarias de Comida, SA que distribuyen Canana Films y varias asociaciones campesina y civiles están rotuladas con el lema de la película, "Nunca verás tu cena igual".

Entre otras cosas menciona que en México una quinta parte de la población padece hambre, el 27 por ciento de los niños son anémicos y además somos el primer país en obesidad infantil y el segundo en obesidad de adultos. Dice que a pesar de que tenemos un territorio megadiverso y con capacidad para ser autosuficientes, importamos 42 por ciento de los alimentos que consumimos, incluido el maíz amarillo del cual más de la mitad es transgénico.

"Tú puedes cambiar esto. Tres veces al día puedes elegir entre mantener este sistema o hacer la diferencia", afirma y propone diez acciones:

- 1.- Analiza lo que comes: lee las etiqueta, no todo lo que nos venden como sano lo es.
- 2.- Consume productos frescos, evita los altamente procesados e industrializados.
- 3.- Compra localmente: prefiere alimentos producidos en México, que se venden en mercados y tianguis.
- 4.- Elige productos directos del campo, provenientes de pequeñas huertas, ejidos y tierras indígenas y campesinas.
- 5.- Adquiere productos que reflejen la riqueza de nuestro campo (guanábana, chía, amaranto, etcétera).
- 6.- Consume productos sin agroquímicos, orgánicos y/o de comercio justo.
- 7.- Abstente de comprar a compañías que no respeten tu salud, a los campesinos ni al medio ambiente.
- 8.- Vigila los alimentos que consumen tus hijos en la escuela y con sus amigos.
- 9.- Aprende a sembrar hierbas, especias y verduras en macetas o en tu jardín.
- 10.- Come menos carne, menos grasa, menos azúcar y menos sal. Tu cuerpo y el planeta te lo agradecerán.