

ALIMENTACIÓN / COLUMNAS

Business are business

El Ciudadano · 22 de diciembre de 2016



La reciente polémica provocada por un spot financiado por la Asociación Gremial de Alimentos y Bebidas de Chile (entre muchas que han asomado las últimas semanas de 2016), donde aparecen dos deportistas reconocidas, así como personajes de la farándula local llamando a “hacer las cosas bien”, mediante una velada crítica contundente y tendenciosa a la actual Ley de etiquetado de alimentos, es parte del juego mediático al que cada rubro industrial cuestionado echa mano cuando sus intereses económicos se ven realmente o potencialmente afectados. Business are business.

Así, las críticas ciudadanas contra el actual sistema de pensiones impuesto durante dictadura han motivado sendas campañas comerciales de las empresas de AFP (aún en curso en radio, TV y prensa escrita), con el objeto de contener los daños pecuniarios a sus intereses, derivados de la bronca y organización popular. Las campañas comunicacionales de las ISAPRES, con el objeto de “blanquear” su industria y negocio son permanentes en los mismos medios de comunicación de masas, donde incluso ficharon como rostro de una de sus campañas a un potencial candidato presidencial. La tendencia es siempre la misma, si un interés económico puede verse afectado por las acciones de un populacho descontento, dicho grupo de interés económico afectado activa una amplia batería de recursos, con el objeto de contener los eventuales desmadres que potencialmente afectarían el valor de sus acciones en bolsa o el grosor de sus billeteras empresariales. Business are business.

Vivimos en un Fundo, donde los patrones han mejorado su trato hacia el inquilinaje en los últimos 30 años, qué duda cabe (como diría otro precandidato presidencial). Pero seguimos viviendo en un Fundo con vista al Pacífico, donde las reglas sustantivas del juego las definen nuestros patrones, para lo cual no escatiman recursos económicos para comprar algunos representantes del inquilinaje, con la misión de defender de manera impúdica sus intereses económicos en Instituciones pseudo-representativas y así revestir con un hálito de

legalidad, patrones éticos distorsionados y subordinados a leyes de mercado. Business are business.

Estamos terminando un año electoral, para entrar de lleno a otro año electoral. Aprovechando la actual Ley de Etiquetado y parafraseando los mensajes cortos, claros y precisos contenidos en sus discos “PARE” de color negro, espero que cada inquilino de este Fundo “haga efectivamente las cosas bien” y reconozca las etiquetas en las frentes de sus representantes, así como en los frontis de las instituciones y entidades, públicas y privadas. Que reconozcan, por ejemplo, las etiquetas negras que dice “Alto en corrupción” que asoman en las frentes de una serie de personeros políticos y Gerentes de empresas. O las etiquetas que señalan “Alto en codicia” de la totalidad de las empresas que lucran con las pensiones o las enfermedades del inquilinaje. O las etiquetas que señalan “Alto en impactos ambientales” de muchos proyectos de inversión en los más variados rubros económicos de nuestra economía. O las etiquetas que indican “Alto en desidia y negligencia” que se reconocen en muchos organismos del Estado (SENAME sin ir más lejos) cuyas modernizaciones y mejoramientos no pueden ser discutidos en un parlamento (“Alto en demagogia y verborrea”) que prefiere destinar parte de su tiempo a aprobar el primer feriado express de 2017, el que es más conveniente en el año electoral que se avecina. Business are business.

A diferencia de lo que el spot de la Asociación Gremial de Alimentos y bebidas nos quiere hacer creer; las cantidades de discos “PARE” negros que nos están metiendo, nos estamos tragando o estamos eligiendo, corresponden a las dosis completas para que este Fundo siga siendo eso: un Fundo con vista al Pacífico, que cada vez menos se parece a la copia feliz del Edén.

Fuente: [El Ciudadano](#)