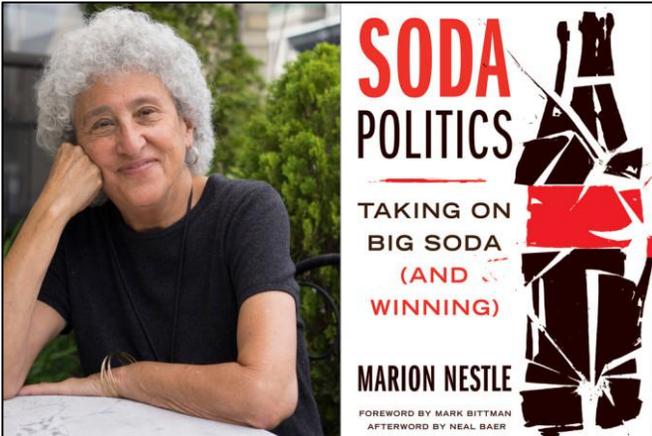


## RESUMEN DEL LIBRO

### **SODA POLITICS. Taking on big soda (and winning)** **La política de las bebidas azucaradas. Confrontando a la Gran Industria del Refresco (y ganando)**



Escrito por la incomparable Marion Nestle, fundadora del programa de estudios sobre la alimentación en la Universidad de Nueva York (NYU) y una defensora clave de la salud pública y decisiones alimentarias, el libro *Soda Politics* responde a la pregunta, ¿cómo es que, lo que es básicamente agua y azúcar saborizada haya llegado a significar tanto y tener consecuencias tan devastadoras para la política de la salud y la alimentación?

El costo de producción o de compra de estas bebidas es muy bajo, y han convertido así a sus fabricantes—principalmente Coca Cola y

PepsiCo—en industrias multimillonarias con reconocimiento, distribución y poder político a nivel global. Calificado como “refrescante”, “sabroso”, “fresco”, y “de verdad”, el refresco contribuye a la mala higiene dental, al exceso de calorías, a la obesidad y la diabetes tipo 2, a tal grado, que lo más básico que se puede hacer contra cualquiera de estas condiciones es simplemente dejar de tomarlo. Consumir grandes cantidades de refresco no solo daña la salud, también genera una carga a la sociedad por los altos costos al sistema de salud.

Nestle en su libro, detalla todas las estrategias que la industria de bebidas carbonatadas utiliza para hacer del consumo de estos productos algo tan común y aceptado como tomar agua, para adultos y niños. Además, muestra cómo los refrescos son principalmente milagros de la publicidad; Coca-Cola y Pepsi gastan miles de millones de dólares cada año para promover sus productos a los niños, minorías y poblaciones de bajos recursos, en los países en vías de desarrollo como en las naciones de mayor desarrollo. Y una vez que han estimulado la demanda, hacen todo lo posible para proteger sus ganancias.

Esto incluye el cabildeo, con el fin de evitar cualquier medida que pueda desalentar la venta de refrescos, o financiando estratégicamente a organizaciones e investigadores del área de la salud que siembran la duda entorno a los efectos a la salud de los refrescos, así como participando en actividades de Responsabilidad Social Empresarial y crear así buena voluntad y silenciar las críticas. *Soda Politics* sigue el rastro del dinero dondequiera que se encuentre, revelando el gran esfuerzo de esta industria para vender tantos productos como sea posible a una población cada vez más obesa.

El libro, hace más que diagnosticar un problema: anima a los lectores a encontrar soluciones. De Berkeley a la Ciudad de México y más allá, activistas están contrarrestando con éxito las implacables estrategias de mercadotecnia, promoción y protección política a las bebidas azucaradas. Y sus acciones están teniendo impacto, tanto para las tácticas suaves como las más bruscas que utiliza la industria refresquera para mantener el status quo, el consumo de refrescos se ha mantenido o incluso ha caído en los últimos años. Las campañas de promoción de la salud representan ahora la mayor amenaza para las ganancias de las refresqueras. *Soda Politics* ofrece a los lectores las herramientas que necesitan para mantener la presión a la Gran Industria Refresquera, con el objetivo de construir sistemas alimentarios más saludables y sostenibles.