



La cajita infeliz (o como no se lucha contra el capitalismo)

por Eduardo Sartelli

"What these fanatics actually opposed was the capitalist system"

Ray Kroc

Londres, 20 de setiembre de 1990. Un hombre desconocido pronuncia su nombre: "¿Helen?" La mujer, pequeña y de edad mediana, mira con sorpresa mientras el extraño personaje arroja a sus pies un sobre y se retira rápidamente. El misterioso individuo es un enviado de los abogados de McDonald`s y Helen es Helen Steel, militante del grupo anarquista London Greenpeace. El sobre contiene un "Statement of Claim", un documento que intima judicialmente a quien lo recibe. Otros cuatro miembros del grupo reciben un sobre idéntico, con el mismo contenido. McDonald`s los intima a retractarse del contenido del panfleto que London Greenpeace ha distribuido en acciones contra la empresa. ¿Qué dice el panfleto? Que McDonald`s vende alimentos nocivos para la salud, que manipula a los niños (y sus padres) con publicidad obsesiva, que es responsable de la destrucción de bosques y selvas en todo el mundo a medida que se expande la ganadería vacuna que constituye su materia prima, que tiene prácticas crueles con los animales que ofrece como alimento, que paga a sus empleados salarios bajos por trabajo excesivo. Dos de los cinco intimados se niegan a retractarse y la empresa procede a iniciarles acciones legales por "calumnias e injurias".¹ Así empieza el juicio más largo de la historia inglesa y uno de los episodios más interesantes (y absurdos) de la historia de la sociedad capitalista: durante siete años, la empresa de comidas rápidas más grande del mundo y una de las multinacionales más poderosas (y conocidas) del siglo XX, se empeña en demostrar que dos ignotos anarquistas, desocupados, carentes de toda propiedad y que ni siquiera han escrito el panfleto, la han dañado material y moralmente.

Siete años, una corte de abogados experimentados, uno de los mejores "libel lawyers" de Gran Bretaña, gastos promedio de £6.000 por día, uso de detectives

¹Estos datos han sido tomados de Vidal, John: **McLibel. Burger Culture on Trial**, Macmillan, Londres, 1997.



privados, transporte de testigos desde el exterior, liberalidad en gastos para transcripciones de datos, todo para demostrar que una jardinera (nuestra ya conocida Helen) y un cartero (Dave Morris, el otro miembro de London Greenpeace que se negó a retractarse), mentían acerca de la realidad de McDonald`s. Acusados que debían defenderse a sí mismos porque las leyes inglesas excluyen de la ayuda judicial a los casos de delito contra la dignidad. Ni siquiera contaban con el apoyo de una organización importante, porque London Greenpeace no tiene ninguna vinculación con la conocida organización ecologista (es, en realidad, anterior). La pregunta inmediata es: ¿por qué la empresa cuyos referentes publicitarios (el payaso Ronald y los arcos dorados) son casi tan conocidos como Papá Noel y la cruz cristiana, que entrena más personal que ninguna otra organización en los Estados Unidos, se enreda en un juicio como éste, donde no tiene nada que ganar y mucho que perder?. Si *What`s Wrong with McDonald`s* era un panfleto injurioso, está claro que su efecto no podía sobrepasar el de los graffitis de los baños públicos, dada la escasa capacidad de la organización anarquista para imprimirlos y distribuirlos, aún cuando fuera auxiliada por otras por el estilo, como los ignotos "Veggies" de Nottingham.

Se podrían imaginar dos explicaciones, según uno manifieste mayor o menor simpatía hacia la empresa o los acusados: a) McDonald`s es una empresa particularmente autoritaria y soberbia que no puede soportar las críticas; b) McDonald`s, autodefinida como "a good corporate citizen" se toma en serio, a diferencia de otras, la imagen que intenta dar a sus clientes y es, por eso, celosa de su reputación. Pero en cualquier caso, siempre parecerá una exageración. Sobre todo cuando se compara con el resultado final del juicio, al menos a partir de la información que Mcspotlight ofrece: mientras la empresa salió victoriosa en relación a una serie de ítems importantes, fue encontrada "culpable responsable" de crueldad con los animales y fueron comprobados como hechos la explotación de los niños a partir de su estilo publicitario, el perfil "anti-sindical" de su forma de relación con el mundo del trabajo, que paga salarios bajos que contribuyeron a deprimir los salarios de toda la industria de la provisión de alimentos, que el alimento que vende no es "nutritivo" y que engaña a los consumidores cuando lo promueve como tal y, por último, que existe riesgo para la salud de los clientes muy frecuentes. Los acusados, que fueron condenados a pagar una suma de dinero despreciable para los montos que maneja la creadora de la "cajita feliz", apelaron el fallo en las partes adversas y se proponen llevar al gobierno británico a la



Corte Europea de Derechos Humanos, a fin de cuestionar las leyes sobre calumnias e injurias (en especial, la negación de ayuda legal gratuita y de juicio por jurado). Por si fuera poco, no sólo parecen haberse transformado en héroes populares sino que se constituyeron en el centro de un movimiento anti-McDonald`s en varios países, obligaron a la empresa a entregar una enorme cantidad de información (que puede verse en McSpotligh, un web gigantesco donde se acumulan datos de todo tipo) y ceden a todo el que pague unas pocas libras un CD y un video documental (que no ha podido transmitirse por la BBC...) filmado nada menos que por Ken Loach. Y, por supuesto, *What`s Wrong...* ha superado por lejos el nivel de lectura de los graffitis de baño público...

Mientras nuestros héroes festejan este resultado como una victoria (la actitud de McDonald`s les dió una oportunidad brillante para elevar el nivel de su actividad política) nos queda a nosotros, individuos de izquierda, socialistas, examinar las características de la lucha librada. Sobre todo, de cara al creciente desarrollo de la militancia ecologista, por los derechos de los animales, etc. etc. A tales efectos, nos preocupa no tanto McDonald`s sino sus acusadores. En suma, ¿What`s wrong with Helen and Dave?. Detrás de la respuesta se encuentra el secreto de un problema que sólo ha sido rozado a lo largo de siete años de valiente y dura batalla. No se trata de probar que McDonald`s es una mala compañía o que no cumple con deberes "ciudadanos". Es más, es muy probable que califique entre las mejores. Por eso mismo, es el mejor ejemplo para probar otra cosa: el problema no es esta o aquella empresa, este o aquel comportamiento empresario sino el "sistema de empresas" es decir, el capitalismo. Los problemas ventilados en este juicio constituyen un banco de prueba para demostrar que el mal está en el sistema mismo y que nuestros honestos y temerarios compañeros han ganado (a medias) un juicio pero han perdido el punto principal. La prueba objetiva es el volumen de ganancias de la empresa, que no ha dejado de crecer desde el inicio del juicio hasta hoy. Diremos más: el error se encuentra en el núcleo de sus concepciones acerca de la sociedad en que vivimos y de la forma en que se oponen a ella. Por eso mismo, fallan en caracterizar la estrategia adecuada para arribar a los fines que se proponen. Lo suyo se parece mucho a la idea de eliminar la viruela pinchando los granos en la piel en lugar de matar el virus. El resultado puede arrojar victorias parciales pero asegura la derrota en el punto crucial. El capitalismo no necesita ser negro, puede ser "verde"; ni ser machista, puede leer "El segundo sexo" sin



avergonzarse; tampoco tiene por qué ser homofóbico, hay un capitalismo “rosa”; ni exige comer carne, tiene a “Vege burger” y las hamburguesas de soja. Ni siquiera necesita ser vulgar: allí tienen el fast food de comida francesa.

La elevación de todas estas contradicciones al rango de contradicción principal está en la base del problema. La contradicción de clase sigue siendo la única irreductible en el marco de la sociedad capitalista: el capital no puede eliminar a los obreros sin dejar de ser capital. En consecuencia, cualquier cambio en las formas que asume su dominación del mundo (material o cultural) que se pretenda duradera y no cosmética, exige, como paso previo, la eliminación de las relaciones capitalistas. Esto no resuelve instantáneamente todos los problemas, pero crea las bases para su superación definitiva. Kroc, el creador del McDonald’s que conocemos, estaba más cerca de la verdad cuando señalaba que oponerse (en forma real, añadimos nosotros) a su empresa era “oponerse al sistema capitalista”. De eso se trata.