

Tony Clarke: embotellar el agua, vía para privatizarla

ANGÉLICA ENCISO

- El consumidor paga hasta 10 mil veces su valor, expresa el experto
- Las grandes empresas prácticamente no cubren nada por usar el recurso
- Ninguna garantía de que el líquido que ofrecen es más limpio que el del grifo

■ Se centran en AL ante la resistencia privatizadora en EU, Canadá y Europa, señala Tony Clarke

Embotelladoras venden el agua 10 mil veces más cara: experto

■ Parte de la estrategia es convencer de que el líquido de la llave es dañino, aunque no garantizan que el envasado es mejor ■ En México explotan el hecho de que hay malos servicios de potabilización

■ ANGÉLICA ENCISO L.

El negocio del agua embotellada que se extiende en el planeta amenaza con limitar el acceso al líquido sólo a las personas que puedan pagar por ella hasta 10 mil veces su valor.

Se trata de una fase más de la privatización del recurso, en la cual las empresas buscan controlar todos los recursos hídricos, advierte Tony Clarke, autor del libro *Embotellados, el turbio negocio del agua embotellada y la lucha por la defensa del agua*.

Son cuatro las grandes empresas que generalmente no pagan el producto que envasan y tampoco hay garantías de que sea más saludable —como promueven— que el que sale de la llave. En este momento quieren aprovechar los territorios de América Latina para expandirse, ante la resistencia que ya enfrentan en Canadá y Estados Unidos, señala Clarke en entrevista con *La Jornada*. En 2002 publicó junto con Maude Barlow el libro *Oro azul*, en el cual aborda la escasez del agua y su inicial proceso de privatización.

—¿Qué ha pasado entre la publicación de *Oro azul* y este libro?

—Una de las cosas que tenemos más claras desde que se publicó *Oro azul* es que en Europa, Canadá y Estados Unidos la punta de lanza de la privatización del agua ha sido embotellarla.

Oro azul

“El objetivo de privatizar 70 por ciento de los servicios públicos de agua, que era la proyección de empresas como Suez y Veolia, fue un fracaso. Después de *Oro azul* nos dimos cuenta de que teníamos que enfocarnos hacia la otra parte del proceso de privatización, que es la industria del agua embotellada. Parte de esa estrategia consiste en convencer a la gente de que beber el agua de la llave es dañino para la salud y es más saludable la embotellada, con lo que se favorecería la privatización por ambas vías: si ya pagas mil o hasta 10 mil veces más por la que consumes envasada, por qué no aceptar que se privatice el servicio público. Cerca de un tercio de la población en Estados Unidos y Cana-

dá cubre sus necesidades de hidratación directamente del agua embotellada”.

—¿Los pobres tienen que pagar más por el agua?

—No sólo van a pagar más. Al mismo tiempo, mediante el consumo de agua embotellada, contribuyen a la degradación y la destrucción ambiental. Las botellas de plástico terminan en basureros a cielo abierto, en rellenos sanitarios e incluso en los ríos. El reciclaje de envases no funciona, ya que de las botellas de Coca Cola sólo 10 por ciento es reciclable.

“Además —agrega—, no existe ninguna garantía de las empresas de que el agua que venden es más limpia, pura y saludable que la que recibimos por el grifo en nuestras casas”.

—¿Cuáles son las ganancias de estas firmas?

—Nestlé es la principal empresa alimentaria del planeta; está entre las 15 primeras de la lista de 500 de *Fortune*, y la división de agua embotellada es la que más rápido ha crecido en ganancias en todo el mundo. En el caso de Coca Cola y Pepsi Cola, que venden bebidas carbonatadas,



Continúa en siguiente hoja

éstas han empezado a ser desplazadas por el **agua**, rubro que para ellas también es una fuente de ingresos creciente.

“En este libro se menciona que las ganancias son hasta de 35 por ciento, pero en un análisis más cuidadoso vemos que prácticamente no pagan nada por el **agua**, ya que la obtienen de las redes públicas, de **acuíferos** o

rios. Los costos provienen de los empaques y de la publicidad, la cual está dirigida al público en el sentido de que es mejor consumir el **agua** que venden, pero por la cual ellas no pagan”.

—¿A qué nivel de privatización de **agua** se puede llegar?

Control de recursos hídricos

—Las embotelladoras y las privatizadoras de **servicios** públicos se están vinculando. Tratan de construir una alianza para la administración del **agua** global. Esto significa que tratan de hacerse del control de los recursos hídricos del planeta, lo que es grave y peligroso. Si obtienen ese control, sólo tendrán acceso al líquido quienes puedan pagar los precios que les impongan.

“En un momento de crisis como el actual, el control monopolístico que tratan de ejercer por el recurso hídrico significa que mucha gente va a perder el acceso a éste, y siendo que es esencial para la vida, entonces la vida de la gente está en riesgo por esta privatización.

“Lo que trato de decir cuando hablé de la vinculación es que en el contexto de la Organización de Naciones Unidas hay una instancia que se denomina El mandato de los ejecutivos del **agua**, que es un intento de legitimización, no sólo de las empresas vinculadas directamente con el **agua**, como las refresqueras y **servicios** públicos, sino de todas aquellas en las que el **agua** es esencial para sus actividades. Utilizan esta estructura para hacerse de legitimidad.

—¿El derecho humano al **agua** es un sueño?

—Podemos creer o no en el derecho humano al **agua**; yo creo que sí es un derecho fundamental, pero no es suficiente con plantearlo así. Se debe tomar en cuenta que se trata de un bien común y de un bien ecológico. En el sistema capitalista el **agua** no va a ser llevada a aquellos que la

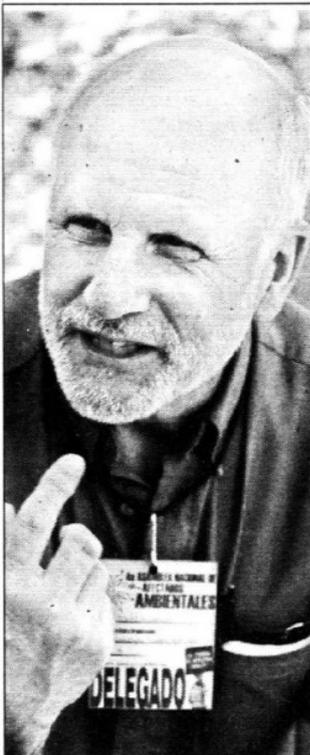
necesitan ni en la cantidad requerida, sino más bien a quienes que puedan pagar por ella.

—México esta ubicado entre los principales consumidores de **agua** embotellada en el mundo, ¿A qué lo atribuye?

—A sabiendas de que en México puede haber 6 mil o más embotelladores de **agua**, en realidad el mercado está controlado por las cuatro grandes, fundamentalmente Coca Cola. Una de las causas por las cuales este mercado crece de manera desproporcionada tiene que ver con que estas empresas explotan el hecho de que en México hay malos **servicios** de **abastecimiento** de **agua potable**. Es una estrategia que se da en América Latina.

“En Estados Unidos, Canadá y Europa crece un movimiento de resistencia contra el **agua** embotellada que ha ocasionado una disminución de sus ventas, y en Canadá ya hay 50 ciudades donde las autoridades han establecido restricciones a su venta en lugares públicos”.

La versión en español del libro *Embotellados, el turbio negocio del **agua** embotellada y la lucha por la defensa del **agua*** circula bajo la editorial Itaca.



El negocio del agua embotellada amenaza con limitar el acceso al recurso sólo a las personas que puedan pagar por él, advierte Tony Clarke en entrevista con *La Jornada* ■ Fotos Arturo Campos Cedillo y José Carlo González