Jessica Mouzo

Anna Gilmore, investigadora en salud pública: "Solo cuatro productos causan al menos un tercio de todas las muertes"

El País, 12 de junio de 2025.

La científica británica escudriña en las artimañas del sector comercial para influir en la opinión pública y describe cómo esas tácticas impactan en la salud.

Anna Gilmore, en la Universidad Pompeu Fabra. *Massimiliano Minocri.*

No solo el código genético y el código postal determinan la salud de un individuo. Todo lo que nos envuelve, desde el aire que respiramos a los productos que uno compra en el supermercado, juega también un papel mucho más determinante de lo que cualquiera podría llegar a imaginar. Tras esas costumbres y productos que pueblan nuestro día a día se erigen poderosas corporaciones cuyos actos, por más nimios que parezcan, puede tener repercusiones descomunales en la vida de la gente, cuenta Anna Gilmore, profesora de Salud Pública y directora del Centro para la Salud Pública del siglo XXI de la Universidad de Bath (Reino Unido): "La forma más sencilla de verlo es fijarnos en la magnitud del daño causado por cuatro productos: el tabaco, los combustibles fósiles, el alcohol y los alimentos. Solo esos cuatro productos estimamos que causan entre un tercio y dos tercios de todas las muertes mundiales".

Gilmore (Londres, 57 años) lleva décadas investigando la huella —y el modus operandi— de las grandes corporaciones para influir en la salud, las políticas y en la opinión pública. En el mundo científico, a todos esos productos y acciones

de la industria se les conoce como los determinantes comerciales de la salud. “Son las formas en las que el sector comercial impacta en la salud”, sintetiza.

La científica ha visitado Barcelona para participar en un congreso sobre los determinantes sociales de la salud organizado por el JHU-UPF Public Policy Center de la Universidad Pompeu Fabra y atiende a este diario en un receso de las conferencias. Habla sin prisa y se explaya, a ratos con vehemencia, sobre las artimañas de las grandes corporaciones para hacer calar su ideario. “Todas las industrias, independientemente de los productos que fabriquen, también pueden causar daños a través de sus prácticas. Por ejemplo, la forma en que un empleador trata a su personal puede tener enormes impactos, negativos y positivos. Vemos también que las empresas toman atajos en salud, seguridad y en sus cadenas de suministro para tener más beneficios. Y esto provoca daños: accidentes, fugas de sustancias químicas en los cursos de agua y contaminación de los ríos. Hay muchas maneras en que dañan la salud y la sociedad, y son evitables”, cuenta.

Pregunta. ¿Los ciudadanos somos conscientes de todas esas prácticas?

Respuesta. Hay muchas cosas que suceden entre bastidores. En los productos alimenticios no vemos cómo los manipulan para hacerlos cada vez más deseables, casi adictivos. Todo el mundo conoce la historia de la industria tabacalera, que ocultó los daños de sus productos; o la de los combustibles fósiles, que ocultó los problemas del cambio climático; lo que no saben es que otras industrias se involucran en las mismas prácticas científicas para ocultar los daños de sus productos o exagerar los beneficios. Tal vez lo que más desconocemos es la manera en que dan forma a lo que yo llamaría normas, nuestras creencias y nuestro pensamiento. Un ejecutivo de Pepsi Cola dijo una vez que “si todos los consumidores hicieran ejercicio, si hicieran lo que tienen que hacer, el problema de la obesidad no existiría”. Eso es sencillamente falso y hace creer a la gente que la obesidad es simplemente culpa suya, cuando en realidad es mucho más compleja.

P. Es como si todo fuese nuestra responsabilidad.

R. Las grandes corporaciones moldean las normas para culpar al individuo. La huella de carbono es un término desarrollado por [la compañía] British Petroleum para tratar de culpar al individuo, para decir que el problema aquí no tiene que ver con las grandes compañías de combustibles fósiles, sino con las personas, que tienen que cambiar la forma en que usan su coche y el transporte, por ejemplo. Y cuando el público y los responsables políticos no entienden que las empresas están moldeando su forma de pensar, cuando se pregunta qué hacemos con la obesidad, sus mentes están llenas de estas ideas que las empresas les han inculcado de que las personas solo necesitan hacer ejercicio. Pero eso nunca va a resolver la obesidad.

Otra cosa que está realmente oculta es cuando se trata de influir en las políticas. Un ejemplo son las empresas tabacaleras, que ya no se confía en ellas porque tenemos muchas pruebas sobre su mala conducta. Ahora lo que hacen es crear un montón de grupos de fachada: crean otras organizaciones que financian y en

las que se esconden. Ahora son esas organizaciones las que se acercan a los gobiernos y dicen: “Oh, esta política va a ser mala”. Y, muy a menudo, el cabildeo se hace a través de estos terceros y, una vez más, los gobiernos suelen caer en la trampa de pensar: “Vaya, todos estos grupos distintos nos dicen que esta política será mala”. Pero lo que no se dan cuenta es que todos esos grupos están financiados por las empresas tabacaleras. Y otras empresas, como las alimentarias, están haciendo algo similar.

P. Da la sensación de que estas compañías controlan el mundo.

R. Tienen mucho poder. Financiar mucha más ciencia que el sector público. Pueden crear y financiar a estos terceros, incluidas organizaciones benéficas, por lo que su poder e influencia están en todas partes. Las personas que forman parte de sus juntas directivas están conectadas, hay una especie de élite, por así decirlo, que es capaz de influir a muchos niveles, a menudo entre bastidores. El resto somos como las marionetas que ellos controlan: nos influencian para que compremos sus productos, compartamos sus creencias y nos culpemos por el daño que causan..

P. Usted es una experta en los efectos del tabaquismo. Sabemos que fumar mata, pero la gente sigue fumando. ¿Qué pasa?

P. Fumar es altamente adictivo y sabemos que las compañías tabacaleras manipulan los cigarrillos para hacerlos más adictivos. La evidencia es clara: si se implementan las mejores políticas, las tasas de tabaquismo disminuirán. Pero los gobiernos, a veces, tienen miedo de ponerlas en marcha. Es necesario aumentar el precio de los cigarrillos. Hay que prohibir la publicidad, necesitamos un empaquetado sencillo, necesitamos que no se fume en los lugares públicos. Y campañas de desnormalización.

Pero otra cosa en la que debemos pensar es que, a medida que fuman menos personas, las tabacaleras y sus ganancias se ven más amenazadas y por eso se defienden. Y se están recuperando, en parte, lanzando nuevos productos (cigarrillos electrónicos, productos de tabaco calentado, productos de nicotina) y financiando campañas masivas de relaciones públicas para afirmar que han cambiado, engañándonos una vez más sobre lo que traman. A nivel mundial, las ventas de tabaco estaban bajando y ahora están aumentando de nuevo.

Por eso creo que es muy importante volver a dar un paso atrás y pensar en este marco más amplio de los determinantes comerciales: las empresas tabacaleras pueden seguir causándonos daño y engañándonos porque el sistema no ha cambiado. Siguen obteniendo enormes beneficios y aún pueden financiar la ciencia y los datos que engañan y conseguir que lo publiquen en revistas médicas, siguen teniendo acceso a los gobiernos… Necesitamos un nuevo enfoque porque nuestro sistema actual de capitalismo no está funcionando en favor del interés público. Hay que reestructurar nuestro modelo económico.

P. En España, el 20% de la población fuma a diario. ¿Qué le puede decir a los lectores para alentarlos a dejar de fumar?

R. Dos de cada tres fumadores, a la larga, morirán por fumar. Es tan arriesgado… ¿Saltarían desde el cuarto piso de un edificio? No, porque es demasiado arriesgado, pero a fumar se suele empezar en la juventud cuando no se comprenden plenamente los riesgos, y después es muy adictivo y difícil de parar. Así que les diría que hagan todo lo posible para dejar de fumar. Lo mejor es usar productos farmacéuticos que han demostrado ayudar a dejar de fumar dentro de un servicio de apoyo para el tabaquismo. Y lo que es realmente importante es garantizar que los niños no empiecen, por eso necesitamos todas esas políticas implementadas para que los niños no vean el tabaco como una actividad normal.

Sin embargo, uno de los problemas es que el tabaquismo se concentra cada vez más en los grupos más pobres de la sociedad. Es clave aumentar el precio de los cigarrillos mediante impuestos y luego poder usar esos impuestos para proporcionar apoyo para que la gente deje de fumar. Esta es la única intervención que ha demostrado reducir más el tabaquismo entre los más desfavorecidos. La otra cosa que demuestra nuestro trabajo es que las compañías tabacaleras son muy inteligentes a la hora de manipular sus precios para socavar los aumentos de impuestos. Lo que han hecho es producir nuevos cigarrillos muy baratos y de precio ultrabajo y cuando el gobierno aumenta los impuestos, absorben estos aumentos para mantener los productos baratos a un precio accesible. Mientras tanto, ganan dinero subiendo los precios de sus marcas más caras porque las personas más adineradas las fuman y pueden permitírselo.

P. Aparte de las tabacaleras, que ahora también venden cigarrillos electrónicos, ¿otras grandes corporaciones, como la de la alimentación o el alcohol, operan de la misma manera?

R. Sí. Si piensas en las compañías de bebidas alcohólicas, por ejemplo, venden alcohol y también bebidas con un bajo contenido de alcohol o 0%. Es un *win-win* para la industria: ganan dinero con sus productos primarios, más dañinos, y luego hacen otros un poco menos malos y ganan también dinero con ellos.

P. Hay muchos anuncios y consignas que trasladan toda la responsabilidad al consumidor. Por ejemplo: “Bebe con moderación, es tu responsabilidad”. ¿Cuál es la responsabilidad de la industria? ¿Existe?

R. Esta es la parte principal de los problemas. Antes hablaba sobre cómo la industria está moldeando el pensamiento, pero lo que también han hecho es dedicar mucho dinero a campañas masivas de relaciones públicas que intentan convencer al público y a los gobiernos de que son parte de la solución. Lo que hay que hacer es regular esas empresas. Nunca van a cambiar voluntariamente. No importa si es tabaco, comida, pañuelos de papel o vasos. Si la industria se ve afectada por una política, no debería estar presente en la mesa donde se toman las decisiones políticas. Debemos reconocer estos conflictos de intereses y excluirlos de la formulación de políticas.

P. De todas las tácticas de estas grandes corporaciones, ¿cuál es la más peligrosa?

R. La gestión de la reputación. Lo que hacen es invertir en lo que llaman responsabilidad social corporativa y esto quiere decir: "Somos los buenos. Soy tu amigo y te voy a ayudar". Un colega en Colombia me decía que los fabricantes de refrescos utilizan toda el agua local y no hay agua para que la gente beba. Y entonces la gente compra los refrescos porque eso es todo lo que hay y se arruinan los dientes, se vuelven obesos… Pero luego, el fabricante de refrescos hace una campaña de responsabilidad social corporativa, viene con una botella de agua, toma una foto, hace que el gobierno la vea bien y desaparece. El gobierno cae en la trampa y no regula. Este es solo un ejemplo, pero situaciones similares se están repitiendo en todo el mundo.

P. ¿Tiene alguna esperanza de que esto pueda cambiar?

R. Tengo esperanza y creo que la mejor solución es avanzar hacia un modelo económico diferente. El mundo se está dando cuenta de que no podemos mantener el capitalismo tal como está. Miren el planeta, el calentamiento global, la pérdida de biodiversidad, el aumento de las desigualdades, la pobreza, los problemas de salud, el hecho de que entre un tercio y dos tercios de todas las muertes solo se deben a cuatro productos corporativos. Los gobiernos tendrán que darse cuenta de que están permitiendo que las empresas causen este daño, pero no asumen los costos. La gente se enferma, el medio ambiente se destruye. ¿Quién se hace cargo de los gastos? Tú, yo, los gobiernos. Las empresas obtienen cada vez más beneficios, y luego utilizan esos beneficios para influir y controlar. Tenemos un sistema patológico. Los gobiernos tienen que despertar. Es insostenible.