

גם בגיל 80, "הטליבאן של המזון" ממשיכה להיאבק בקוקה קולה

מריון נסטל, פרופסורית לתזונה, מאשימה את חברות המזון ורשתות השיווק בפגיעה בבריאות הציבור. לרגל השתתפותה בכנס בישראל היא מסבירה למה כדאי לפקפק במחקרים המכריזים על פריצת דרך מדעית

נטע אחיטוב 19.06.2016 17:05

"פוליטיקת מזון עוסקת בשאלה מי שולט במערכות המזון, מהייצור ועד הצריכה, ואיך הרגולציה הממשלתית מאזנת בין האינטרסים של תעשיית המזון לבין אלו של בריאות הציבור. מאחר שתאגידי המזון הם בעלי יותר כסף ויותר כוח מהאזרחים, האיזון בדרך כלל נוטה לטובתם". כך מסכמת מריון נסטל את תמצית המושג שהטביעה "פוליטיקת מזון" (food politics).

נסטל, בת 80, היא דמות מוכרת בארצות הברית. באופן רשמי היא פרופסורית אמריקאית לתזונה, לימודי מזון, בריאות הציבור וסוציולוגיה באוניברסיטת ניו יורק (NYU), אבל היא התפרסמה במאבקה נגד חברות המזון ורשתות השיווק. חברות המזון משיבות לה מלחמה. במרוצת השנים הן כינו אותה "הטליבאן של המזון" (בימי טרום דאעש), "גוזמאית" ומגוון כינויים נוספים. היא תשתתף מחר (שני) ומחרתיים בכנס "תזונה מקיימת" שיתקיים באוניברסיטת תל אביב. את הכנס מארגנים הפורום הישראלי לתזונה בת קיימא, מרכז מן לבטיחות וביטחון מזון באוניברסיטת תל אביב ו-NYU.

למה צריך בכלל לאכול בריא? זה די מעיק כל העיסוק הזה, האישי והציבורי.

"תזונה לא טובה משפיעה על בריאות האנשים הצורכים אותה, אבל גם על החברה כולה", משיבה נסטל בראיון בדואר אלקטרוני, "אנשים לא בריאים הם לא פרודוקטיביים ומהווים נטל על הוצאות מערכת הבריאות. השמנה היא בעיה חברתית ופוליטית, כמו שהיא בעיה אישית. ממשלות יכולות לעשות הרבה יותר כדי לשפר את התזונה והבריאות של ילדים ושל מבוגרים. דאגה לבריאות הציבור לפני הדאגה לרווחים היא הדרך הכי פשוטה והכי יעילה ליצירת מערכות מזון בריאות ומקיימות".

מה את אוכלת?

"אני אוכלת-כל, שמתגוררת בניו יורק, היכן שמרבית החיים החברתיים נעים סביב אכילה מחוץ לבית. כשאני כן קונה אוכל הביתה, אני משתדלת ללכת לשוק החקלאים השכונתי שלי. בשני המקרים, אני פועלת לפי תזונה אישית שמתאימה לי – לא אוכלת יותר מדי, מרבה באכילת ירקות ומפחיתה באכילת ג'אנק פוד. זה משאיר לי הרבה מקום ליהנות ממה שאני אוכלת".

מה התופעה הכי מרגיזה שנתקלת בה עד היום במאבקים שלך בתאגידי המזון?

"אני חושבת שלעולם לא אקבל בהבנה את זיהום המדע. בדיוק קראתי היום על חברה לייצור סוכר, ששילמה לחוקרים לבדוק כיצד תזונה מרובת סוכר דווקא בריאה לגוף האדם. לעולם לא אבין את עזות המצח הזו, הן של החברות המסחריות והן של החוקרים".

כשנסטל אומרת "זיהום המדע" היא מתכוונת לכספים הפרטיים שזורמים מתעשיית המזון לחוקרים ומכוני מחקר כדי לחקור נושאים ולהגיע למסקנות רצויות לחברות הגדולות. היא כתבה על הנושא כמה וכמה ספרים. האחרון שבהם יצא לאור באנגלית ב-2015. זהו רב המכר "פוליטיקת משקאות ממותקים" (Soda Politics), שבו מככבות חברות קוקה קולה ופפסיקו האימתניות, לצד חברות קטנות יותר – כולן נותנות מענקי מחקר לחוקרים ומכונים כדי שיחקרו דברים שיכולים לשרת את המערך השיווקי שלהן.

מה רע בזה? זה עוד כסף למחקרים חשובים.

"אענה לך בדוגמה: 'מרכז המחקר הביורפואי פנינגטון' שבאוניברסיטת לואיזיאנה קיבל כסף מחברת קוקה קולה למחקר. מסקנת המחקר היתה כי הגורם העיקרי להשמנת יתר בקרב ילדים הוא היעדר פעילות גופנית, ולא צריכת סוכר".

בסמוך ליציאת ספרה פירסם גם "ניו יורק טיימס" תחקיר רב הדים על מעללי קבוצת חוקרים אחרת, הפעם מאוניברסיטת קולורדו, שהקימה את הארגון "רשת גלובלית לאיזון אנרגטי". מטרת המחקר של אותה קבוצה היתה דומה – למצוא סימוכים מדעיים לכך שמזון לא משנה את משקל הגוף, אלא רק כמות הפעילות הגופנית. התחקיר העיתונאי חשף את מקור המימון של הארגון: חברת קוקה קולה. "העיתונאים וציבור הקוראים היו המומים שקוקה קולה עושה מעשה כזה, שחוקרים מסוגלים לקחת כסף מקוקה קולה ושהאוניברסיטאות מאפשרות להתנהלות כזו להתרחש בין כותליהן", מציינת נסטל. בעקבות הביקורת הציבורית שיצרו התחקיר והספר של נסטל, פצחה קוקה קולה ביוזמת שקיפות. במסגרתה חשפה החברה את הארגונים והחוקרים שניתנו להם מענקי מחקר מאז 2010 ועד אותו יום ב-2015. בסך הכל העניקה קוקה קולה 120 מיליון דולר. ברשימת המקבלים אפשר למצוא בין היתר את האגודה האמריקאית לבריאות ילדים, האגודה האמריקאית לרפואת משפחה ואת Eat Right, ארגון הדיאטנים הגדול בארצות הברית. אגב, הגוף שקיבל את המענק הגדול ביותר, על סך 7.5 מיליון דולר, הוא אותו מרכז פנינגטון.

"פוליטיקת משקאות ממותקים" קיבל תשבחות בארצות הברית וגם בקרב קוראי אנגלית ברחבי העולם. כך למשל כתב עליו רותם מימון, עורך מדור האוכל של "הארץ": "לאורך 508 עמודים מפרקת נסטל את תעשיית המשקאות, החל מהשימוש המבריק בשיווק ויחסי ציבור, דרך גילוי הדרכים שבהן השתדלו חברות המשקאות להגן על הרווחים על חשבון בריאות הציבור, ועד המסקנות הכואבות על מה שמסתתר במשקאות המוגזים שלנו. ספר חובה לכל מי ששתה אי פעם קולה והתמכר".

כותרת המשנה של הספר, "להיאבק במשקאות הממותקים הגדולים (ולנצח)", מעידה על הכיוון שאליו צועדת תעשיית המשקאות הקלים, לפחות בעולם המערבי. נסטל מסבירה שהעידן שבו מקובל שילדים שותים משקאות ממותקים מתמוסס. באופן כללי, תזונה ושיווק לילדים הוא נושא שבו ער בה. "למה צריך להיות מזון לילדים ומזון למבוגרים?" היא שואלת וגם עונה: "כי זה טוב לשיווק ומפני שככה קונים יותר. תעשיות המזון משווקות מזון לילדים בשלל מניפולציות כמו שימוש במוטגני ילדים אהובים, עטיפות מצוירות או צעצועי מתנה". נסטל ממליצה לא לקחת ילדים לסופרמרקט ולא לרכוש מוצרים שמיועדים רק לילדים.

ובחזרה אל המשקאות הממותקים. בספרה היא מציינת שבקרב אוכלוסיות עשירות ולבנות ניכרת ירידה משמעותית בצריכתם, ליתר דיוק ירידה של 25% בארצות הברית בעשור האחרון. היא מאמינה בלב שלם שגם עניים ובני מיעוטים יצטרפו בקרוב לרכבת הדוהרת הזו. בדומה למה שקרה עם סיגריות.

כיצד תהליכי הגלובליזציה משפיעים על המגמה הזאת ועל פוליטיקת מזון באופן כללי?

"חברות מזון אינן סוכנויות לשירותים סוציאליים. המחויבות הראשונה שלהן היא למשקיעים, לכן אם המכירות יורדות בארצות הברית, הן עוברות למכור את המוצרים שלהן במקומות אחרים. כפי שמנכ"ל קוקה קולה אמר פעם 'בהודו גרים 1.2 מיליארד אזרחים ולא מספיק מהם שותים קולה'. החברות לייצור משקאות ממותקים משקיעות מיליארדי דולרים בהקמת מפעלים לייצור משקאות בדרום אמריקה, אפריקה, מזרח ודרום אסיה, שמתוכננים להיפתח עד שנת 2020".

אל מול המשאבים האדירים שנסטל נאבקת בהם (רק מערך השיווק של מזון ומשקאות בארצות הברית מסתכם בכ-40 מיליארד דולר בשנה), היא פועלת בכל האמצעים העומדים לרשותה. יש לה בלוג פופולרי, foodpolitics.com, וגם חשבון הטוויטר שלה מתעדכן תדיר. בעבר כתבה ב"סן פרנסיסקו כרוניקל" טור שבועי, "Food Matters" והופיעה בין השאר בסרטים התיעודיים "לאכול בגדול" ו"מזון בע"מ". היא גם זכתה בשלל פרסים מארגונים, מכוני מחקר ואוניברסיטאות שונות.

בתחילת דרכה היתה בכלל ביולוגיה מולקולרית. אחרי שסיימה דוקטורט בתחום, היא קיבלה משרת מחקר והוראה באוניברסיטת ברנדייס. שם הטילו עליה ללמד את הקורס "ביולוגיה מולקולרית של מזון". מיד התאהבה בתחום והחליטה להקדיש לו את הקריירה שלה. ב-1996 ייסדה מחלקה ללימודי מזון ב-NYU, מתוך מחשבה שהתוכנית "תעלה את מודעות הציבור למזון והתפקיד שלו בתרבות, בחברה ובחיינו האישיים", כפי שניסחה זאת בזמנו. בעקבות התוכנית קמו תוכניות מקבילות באוניברסיטאות נוספות ברחבי ארצות הברית ובעולם, ונסטל הוכתרה כחלוצת הז'אנר. ספרה היחיד של נסטל שתורגם לעברית הוא "מה לאכול" (הוצאת כנרת זמורה ביתן, 2007). הספר הוא מעין מורה נבוכים במסדרונות הסופרמרקט. הממצאים בספר מלמדים שהירקות והפירות תמיד יימצאו בתחילת המרכול כדי ליצור תחושה של שפע וטריות, וכדי להשביע את מצפונם הבריאותי של הרוכשים בבחינת "יופי, קנינו ירקות ופירות, עכשיו אפשר להמשיך אל המוצרים הפחות בריאים"; שמוצרי החלב יוצבו בקצה המרכול, כי מרבית האוכלוסייה מגיעה אליהם, מה שמאלץ אותם לעבור דרך כמה שיותר מוצרים בדרך; שהפריטים הרווחיים ביותר לחברות המזון יהיו בגובה העיניים, מיקום שעל הזכות להציג בו משלמות חברות המזון כסף לרשתות השיווק; שבמעברים האמצעיים יימצאו מוצרים בעלי כמות סוכר גבוהה וערך תזונתי נמוך, ובדרך כלל באריזות גדולות – שוב, מתוך עיקרון הגדלת הנגישות למוצרים הרווחיים יותר; ושאריות ובקבוקי שתייה גדולים יוצבו בגובה העיניים, ואילו אריזות קטנות בגובה הנעליים.

נסטל ממליצה לרכוש פריטים בשולי המרכול או ממדפים נמוכים או גבוהים, כדי להימנע מאלו שהם הרווחיים ביותר לחברות המזון ורשתות השיווק – מה שאומר שהם כנראה מעובדים לעייפה או באריזה גדולה מן הנדרש. עוד היא ממליצה להגיע למרכול עם רשימת קניות מוכנה מראש, לבכר אריזות קטנות על פני גדולות ולא לקנות מוצרים שיש בהם יותר מחמישה רכיבים (מה שהופך אותם ל"מוצרי מזון" כהגדרתה, בניגוד למזון).

מה הדבר הכי משמח שנתקלת בו במחקריך?

"תנועת המזון, ברור. יש עכשיו המון עניין באוכל בריא לאדם ולסביבה. כל כך הרבה אנשים צעירים ויצירתיים מגנים על המטרות הללו, שאני לא מצליחה לעקוב אחרי כל היוזמות. אל תספרי, אבל אני בסך הכל אופטימית".