

## *Coca-Colas propagandafiasko*

**Sven Ove Hansson** går igenom kampanjer som fallerar när man överger vetenskap och fakta men gärna använder akademiker som *argumentum ad verecundiam* (argument till vördnaden).

VI VET GANSKA NOGA hur tobaksindustrins ledningar tänker och hur de bedriver sina kampanjer. Deras strategi är att vinstmaximera samtidigt som de använder sig av tendentiös argumentation för att mörka obehaglig information utan att någon ska kunna avslöja agerandet. Den främsta källan till vår kunskap om detta är interna dokument som har blivit offentliga genom olika domstolsprocesser. Många har misstänkt att delar av livsmedelsindustrin arbetar med en liknande strategi. Tills nyligen har detta inte gått att belägga, men dokument från Coca-Cola har nyligen blivit tillgängliga, och de bekräftar misstankarna.



Med början år 2014 satsade Coca-Cola stora belopp på att dra igång något som de kallade "Global Energy Balance Network" (GEBN). Nätverket skulle drivas av akademiker som var beredda att framföra det önskade budskapet. Coca-Cola planerade att gömma sig i bakgrunden och inte låta det bli känt att nätverket tillkommit på deras initiativ och med deras pengar. Alltså alldeles så som tobaksindustrin brukat göra.

Nätverkets uppgift var att sprida budskapet att övervikt och fetma enbart är en fråga om balansen mellan födointag och energiförbrukning. Ett stort födointag skulle alltså inte vara något problem om man bara rör på sig tillräckligt. Det låter kanske trovärdigt, men den kliniska erfarenheten visar entydigt att det i praktiken är mycket svårt att lösa viktproblem utan att skaffa sig goda kostvanor. Det är t ex vetenskapligt välbelagt att frekvent intag av

läskedrycker ökar risken för fetma, något som Coca-Cola uppenbarligen inte vill prata om.

Liksom tobaksindustrin verkar läskedrycksindustrin vara väl medveten om att deras försäljning är i fara om de vetenskapligt grundade hälsoråden skulle få större genomslag. Detta är också exakt vad man ville förhindra med GEBN-nätverket. Enligt Coca-Colas dokument skulle nätverket använda begreppet energibalans som ett ”vapen” i ”det växande kriget mellan folkhälsosamfundet och privat industri”. Nätverket skulle bedriva en mångårig kampanj som skulle ”likna en politisk kampanj”. Verksamheten skulle bland annat innefatta uppvakning av politiker och utbildning av vårdpersonal och journalister.

GEBN lanserades år 2014, men det blev ingen mångårig kampanj. Kopplingen till Coca-Cola avslöjades, och budskapet blev hårt kritiserat av bland andra konsumentorganisationer. En av nätverkets ledande företrädare påstod offentligt att det fanns ”praktiskt taget ingen evidens” för att snabbmat och sockerhaltiga läskedrycker bidrar till övervikt och fetma. För detta felaktiga påstående fick han med rätta hård kritik. I november 2015 lades GEBN-nätverket ned. Försöket att desinformera konsumenterna hade misslyckats. ↵

### Källor

Barlow, Pepita m.fl. ”Science organisations and Coca-Cola’s ‘war’ with the public health community: insights from an internal industry document”, *Journal of Epidemiology and Community Health* (2018): jech-2017-210375.

O’Connor, Anahad ”Coca-Cola Funds Scientists Who Shift Blame for Obesity Away From Bad Diets”. *New York Times*, 9 augusti 2015.