



:: [portada](#) :: [Economía](#) ::

14-07-2009

La inquietante historia de Coca-Cola

Drogadictos, nazis y condena de Martin Luther King

Mark Thomas

Nation Books/Alternet

Traducido del inglés para Rebelión por Germán Leyens

LA FÁBRICA DE LA FELICIDAD

"El lado Coca-Cola de la vida"

"Dentro de la fábrica de la felicidad," □documental de The Coca-Cola Company

La mañana es jovialmente fría, un hermoso día sureño de invierno en Atlante; el sol no influye en nada en la temperatura pero brilla en el claro cielo azul. Unos pocos policías rondan por Pemberton Park en el centro de la ciudad, con sus chaquetas con cremallera cerrada y con gorros con orejeras que cuelgan por los lados de sus cabezas, reduciéndolos amablemente de representantes de la autoridad a parodias de Elmer Gruñón. Toman café, sonrían y saludan cuando paso. Es la entrada al Mundo de Coca-Cola y en algún sitio hay discretos altavoces tocando el más memorable jingle publicitario de Coke: "Quisiera comprar una Coke al mundo." Lo que podría explicar las orejeras...

Prefiero pensar que la compañía toca esa canción como himno de gracias a la Autoridad de Desarrollo de Atlanta que le dio 5,4 millones de dólares para contribuir al hermoseamiento del parque y a la plaza de ingreso, o al Concejo de la Ciudad que redujo 1,5 millones de dólares del impuesto a las ventas de la compañía, o ciertamente el impuesto a la propiedad de 2 millones de dólares que Coca-Cola no tuvo que pagar por decisión de las autoridades municipales. Coke podrá valer miles de millones de dólares pero no es reacia a estirar la mano para recibir un poco de moneda, especialmente si esa moneda tiene seis ceros al final.

En el sitio de honor en Pemberton Park, subvencionado por el Estado, hay una estatua de bronce de casi dos metros de alto del homónimo del área, el padre fundador de Coca-Cola, el farmacéutico John Pemberton. Oficialmente, creó la bebida en 1886 y la vendió desde la farmacia Jacobs; ahora, más de 120 años después, su noble imagen enfrenta el parque, con una mano sobre una pequeña mesa victoriana. En su otra mano levanta un vaso de Coca-Cola, en parte en celebración, en parte inspeccionándolo, con su cara impasible examinando la bebida y ofreciéndola al mundo. Es la imagen de un pionero, de un héroe científico y de un benefactor a la humanidad. A Sir Alexander Fleming le hubiera gustado tener una estatua semejante, y descubrió la penicilina. La estatua representa a Pemberton más delgado que en las fotos que he visto de su persona, donde se ve un poquito regordete. Al parecer no es la única discrepancia con los hechos. Según Mark Pendergrast, uno de los autores más respetados sobre la compañía, John Pemberton volvió de la guerra civil de



EE.UU. convertido en un adicto a la morfina. De modo que el fundador de Coca-Cola fue un yonki, aunque para ser justos, ¿quién erigiría una estatua de un drogui gordo frente a una atracción turística familiar - con la excepción de la casa de Elvis Presley?

De modo que por el bien de la imagen corporativa, el gordo Pemberton pierde unos kilos y se desintoxica. Y en el interior sigue el revisionismo histórico: extrañamente, no hay ninguna mención de uno de los ingredientes originales de la bebida: cocaína, que a posteriori no parece ser su mayor pecado, ya que hubo otras bebidas a fines del Siglo XIX que contenían diferentes cantidades de la exportación más famosa de Colombia. Reconocidamente, es un hecho ligeramente confuso: un instante quieres enseñarle al mundo a cantar, al siguiente quieres enseñarle a hablar verdaderamente rápido y a frotarse las encías con el dedo índice.

Son los "hechos confusos" que al parecer la Compañía trata de ocultar por un deseo casi patológico. Son desviaciones de la narrativa de la Compañía, arenilla en la grasa de las Relaciones Públicas. Y a Coca-Cola no le gusta que haya arenilla en la grasa.

El control de imágenes del Mundo de Coca-Cola se extiende incluso a su selección de vecinos. Directamente al lado está el Acuario Georgia: En 2002 Coke entregó 3,6 hectáreas para el acuario. En 2006, Coke separó 1 hectárea para un museo de derechos civiles - una atracción que celebrara Atlanta como cuna del movimiento, con planes de albergar unas 7.000 páginas de escritos del doctor Martin Luther King Jr. Por lo tanto la historia corporativa y la de los derechos civiles se entrelazan en un solo sitio en el centro de la ciudad, para que podamos recordar la lucha por la dignidad humana y visitar los peces.

Los nuevos vecinos podrán o no exhibir detalles del último discurso del doctor King. Hecho el día antes de ser asesinado. En él llamó a los afro-estadounidenses a retirar su apoyo económico a compañías si "no han sido justas en sus políticas de contratación," es decir, si han favorecido a trabajadores blancos por sobre los trabajadores negros. Una de las compañías que debían ser boicoteadas era Coca-Cola. Las palabras exactas del doctor King fueron: "os pedimos esta noche, que vayáis y digáis a vuestros vecinos que no compren Coca-Cola en Memphis."

De la misma manera puede o no que haya mención de la demanda judicial presentada contra la compañía por cientos de empleados de Coke, acusándola de discriminación contra trabajadores negros en la remuneración y los ascensos. La Compañía no admitió esas acusaciones, pero en noviembre de 2000 anunció que pagaría 192,5 millones de dólares para dirimir el caso. Si uno mide el racismo en dólares, representa un montón de racismo.

Otra pequeña historia que no es del gusto de la Compañía tiene que ver con los Juegos Olímpicos. La relación de Coca-Cola con los Juegos Olímpicos comenzó en 1928. Pero Coke minimiza su patrocinio de la Olimpiada de 1936, la Olimpiada de Berlín, en la cual un cierto pintor y decorador psicópata lanzó una ofensiva de relaciones públicas para promover su Estado nazi. A The Coca-Cola Company le gusta mencionar que uno de los miembros del equipo de remo estadounidense en la Olimpiada de 1936 posteriormente llegó a ser su presidente. También se enorgullece al mencionar



que el corredor Jesse Owens hizo publicidad para Coke - aunque fue años después de ganar cuatro medallas de oro en Berlín, con lo que afectó en algo las teorías de la raza superior de su anfitrión. La Compañía prefiere colocarse junto a los que son vistos como [luchando] contra los nazis o promoviendo el [ideal olímpico], en lugar de mostrarse como patrocinadores de una plataforma olímpica para Hitler. Y, francamente, ¿quién no lo preferiría?

Pero la Compañía tiene unos pocos ítems nazis más en su desván. Por ejemplo, Max Keith, el director gerente de Coca-Cola GmbH, embotellador de Coke en Alemania durante la Segunda Guerra Mundial. Al avanzar la guerra, se acabó el suministro de ingredientes para hacer Coca-Cola, modo que Max inventó una nueva bebida para aliviar la sed alemana. La llamó Fanta. Y tenemos un eslogan para un anuncio: [Una Fanta, un Reich ¿Juegas?]

Los historiadores de la Compañía señalan que Max Keith nunca se unió al Partido Nazi, pero exhibió a Coca-Cola GmbH en una exposición organizada para abrazar el concepto del trabajador alemán bajo el Führer. En otro caso, Max Keith decoró su stand de Coca-Cola con banderas nazis. Esto fue confirmado por The Coca-Cola Company que dijo: [Max] Keith en una convención de embotelladores exhibió esvásticas y terminó con un saludo a Hitler. Esto no hubiera estado fuera de lugar en EE.UU. al revés y el podio hubiera tenido una bandera estadounidense y los actos comenzarían o terminarían con el Juramento de Lealtad. Dejo que juzguéis por vuestra propia cuenta.

Lo que sé es que los archivos de The Coca-Cola Company tienen fotos del stand en la exposición [que muestran esvásticas utilizadas como decoración] bajo el emblema de Coca-Cola. Sólo imagino que el archivista preferiría irse al infierno que exhibir esas fotos al público.

Seguramente no me equivoco si digo que estas historias no van a aumentar las ventas de Coca-Cola, con la excepción de uno que otro cliente del Ku-Klux-Klan. Ninguno de estos hechos, sea la traviesa aguja de Pemberton, el problemático parentesco de Fanta o la condena de King, presenta la historia que Coca-Cola quisiera que conociéramos ni es la historia que quiere presentar para vender su bebida.

Para escuchar la historia de Coca-Cola cobran 15 dólares por adulto, 9 dólares por niño entre tres y doce años. Pero antes de dejarse tentar por una visita al Mundo de Coca-Cola, hay que hacerse una pregunta: ¿qué es lo que muestran? Hacen gaseosas y las anuncian en todo el mundo para venderlas; todo lo que tienen son botellas y anuncios - no pueden hacer un museo con eso, ¿verdad? Sí, pueden. Es exactamente lo que es el Mundo de Coca-Cola: Coca-Cola, anuncios de Coca-Cola y una tienda de regalos que vende artículos publicitarios de Coca-Cola.

Mark Thomas es comediante, presentador, activista político y periodista del sur de Londres. Es



mejor conocido por sátiras políticas en su The Mark Thomas Comedy Product, que ha causado inmensas controversias al denunciar crímenes políticos y corporativos. Figura en el Libro de Récorde Guinness por realizar la mayor cantidad de protestas políticas en un solo día. Vive en Londres.

Del libro "Belching Out The Devil: Global Adventures with Coca-Cola" de Mark Thomas. Pasajes extraídos por acuerdo con Nation Books, miembro del Perseus Books Group. Copyright © 2009.

© 2009 Nation Books All rights reserved.

<http://www.alternet.org/story/140917/>