

COCA-COLA: LA HISTORIA NEGRA DE LAS AGUAS NEGRAS (CUARTA PARTE)

GUSTAVO CASTRO SOTO

SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS, CHIAPAS, MÉXICO; 6 DE NOVIEMBRE DE 2003

En la década de los 80's se fortalecen las medidas neoliberales. Entre ellas la ola expansiva de las privatizaciones y el festín de las empresas transnacionales que, como buitres, acechan los gobiernos para comprar todas las empresas, recursos y bienes. El concepto de privatizaciones fue aumentando paulatinamente en las siguientes dos décadas. Llegó a incluir al agua, la biodiversidad y otros recursos naturales. Pero también se incluyeron otras ventajas comparativas para el beneficio de las grandes corporaciones transnacionales: la reducción de los derechos laborales como políticas de ajuste. Amablemente llamado "mano de obra competitiva", "reforma laboral", etc., los derechos de los trabajadores fueron disminuyendo para engrosar las ganancias de las grandes empresas. Los sindicatos se convirtieron en su enemigo a vencer. La Compañía Coca-Cola incluso se alió con ejércitos y grupos paramilitares en Colombia.

Por los sindicalistas asesinados y los miles y miles de despedidos en todo el mundo se conformó una reacción mundial impresionante contra Coca-Cola y el producto que en más países del mundo se distribuye. Pocas campañas se han visto así con tra una transnacional, como las campañas contra la Nestlé, Nike o las empresas petroleras. Los sindicalistas colombianos lanzaron una cruzada mundial contra la Coca-Cola: "Los llamamos a continuar denunciando las violaciones a los derechos humanos, cometidas por la transnacional y a continuar los preparativos para fortalecer el boicot internacional contra Coca Cola". Este llamado y boicot se sumó a las acciones que se llevan a cabo contra la transnacional en Chile, Venezuela, Turquía, India, Francia, Bélgica, Holanda, Alemania, Italia, Estado Español, Suecia, Dinamarca, el Medio Oriente, Irán, Arabia Saudita, Bahrein, México, Guatemala, Marruecos, Estados Unidos, Libia, los Emiratos del Golfo, Arabia Saudita, Pakistán, Bangladesh, Indonesia, entre otros. Los trabajadores de la Coca-Cola hicieron un llamado a que "redoblemos los esfuerzos que venimos adelantando de la mano con los trabajadores, los consumidores, las organizaciones sociales y políticas. Empezamos a recoger los frutos que desde distintas comunidades del mundo sembramos a través de la "Campaña Contra la Impunidad Colombia Clama Justicia" y las tres sesiones de la Audiencia Pública Popular, boicot que desde hace un buen tiempo adelantan (...) Comunidades de estos países hemos decidido no consumir más Coca Cola, en condena a su política violenta y para no dar dinero a la guerra contra Irak promovida por George Bush y para protestar por el apoyo dado por el gobierno norteamericano al genocida Ariel Sharón". (Bogotá - Colombia, agosto 6 de 2003).

En los Estados Unidos se fortaleció la campaña "Stop Killer Coke" al cual se sumaron activistas y estudiantes de más de veinte universidades y centros educativos: Bard; Bowdoin

College; Mt. Holyoke College; Coirdozo Law School; y las Universidades de: Georgetown, Chicago, Hofstra, Illinois e Illinois State, Loyola, St. Louis, California, Massachusetts, Montana, Wisconsin (Madison y Milwaukee), Western Virginia, entre otras. Y tú, ¿cuándo te sumas? ¿Quieres saber por qué? Sigue leyendo, que esta historia, no tiene desperdicio.

LAS AGUAS NEGRAS SE MANCHAN DE ROJO

Con la década de los 80's la Compañía Coca-Cola se ve involucrada en graves violaciones a los derechos humanos. Su vinculación con gobiernos y fuerzas armadas no es nueva, pero sí con grupos paramilitares e incluso con asesinatos. Para ese entonces ya había llegado a Estados Unidos el cubano Roberto Goizueta con ascendencia vasca. A los 18 años no hablaba una palabra de inglés, pero al acabar los estudios fue un alumno distinguido en la Universidad de Yale. En 1980, año en que es designado como nuevo presidente de la Compañía Coca-Cola y el primer extranjero que tomaba el puesto, se registran el sexto asesinato de la empresa Coca-Cola en Guatemala, con la muerte del sindicalista Pedro Quevedo. El mismo año caen asesinados otros cuatro de sus compañeros. La Unión Internacional de Trabajadores de la Alimentación (IUF) denunció la muerte del sindicalista de Coca-Cola lo que provocó reacciones de protestas en muchos países. Este suceso pondría uno de los cimientos de las futuras campañas de boicot contra la empresa.

En 1982 se lanza al mercado la campaña de "Coca-Cola es así", slogan con el cual la compañía pretende recuperar su imagen. Para ello congrega en el centro de Atlanta a 2000 embotelladores de Coca-Cola de todo el mundo para ver la proyección del spot en las cadenas televisoras más importantes. Pero en ese mismo año nace en Colombia el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Industria de la Alimentación de Colombia (SINALTRAINAL), que será el principal enemigo de la empresa Coca-Cola hasta llegar a la complicidad con el ejército y paramilitares colombianos con el asesinato de líderes sindicales que luchaban por justicia laboral. La compañía refuerza su campaña publicitaria para que crecieran los consumidores del refresco. Ese mismo año empieza la demolición del viejo edificio de la compañía en Estados Unidos y a modo de regalo se repartieron los ladrillos entre los empleados en recuerdo de los buenos tiempos. La Compañía continúa con su expansión ambiciosa.

En 1983 Coca-Cola adquiere los Estudios Columbia por USD\$750 millones de dólares, casi el doble del valor de sus acciones en el mercado. Con ello obtiene grandes éxitos al producir películas como Tootsie, Gandhi, The Toy, Murphiy's Romance y Ghostbuster. También la Coca-Cola pone a disposición de sus consumidores en todo el mundo una nueva línea telefónica internacional gratuita. Contrata al cantante español Julio Iglesias para seducir al público femenino, a los consumidores extranjeros y a casi 30 millones de hispanohablantes que vivían en Estados Unidos. En los Juegos Olímpicos de Los Angeles, Coca-Cola pretende recuperarse del fracaso de las anteriores Olimpiadas de Moscú, exclusiva por la que había pagado millones de dólares pero que el gobierno de los Estados Unidos y otros países boicotearon al no asistir a esta Olimpiadas.

Pero Pepsi-Cola avanzaba en el mercado. El costo de no haberla comprado en el pasado luego de tres ofertas, le cobraba la factura histórica a la Coca-Cola. Roberto Goizueta

decide cambiar la fórmula de Coca-Cola y se lo comenta en privado con quien fuera el tercer dueño de la Compañía, Robert Woodruff, "El Jefe", quien tenía 95 años de edad, casi sordo y ciego y al borde de la muerte. Dijo que "El Jefe" aceptó. En ese mismo año, en 1985, muere uno de los más simbólicos empresarios norteamericanos, antes del lanzamiento de la NEW COKE. Robert Woodruff nunca se enteraría de escándalo que provocó el "intento" de cambiar el sabor de la Coca-Cola y cuyo costo fue de 4 millones de dólares. Durante los tres siguientes meses se recibieron cientos de miles de llamadas a través de las 800 líneas telefónicas de las que disponía la compañía, y cientos de miles de cartas en las que los consumidores exigían volver a la vieja fórmula. Se había intentado cambiar un símbolo nacional por una moda sin tener en cuenta al fanático consumidor, que tenía por bandera a Dios, la Patria y Coca-Cola. El despliegue de publicidad para promocionar el nuevo sabor fue apoteósico. Sin embargo no gustaba al público. En México el padre de Goizueta había recibido amenazas por lo que le rogó a su hijo volviera la coca-cola a su sabor original. Mientras tanto, en La Habana, Fidel Castro declaraba que "la desaparición del producto genuino era un síntoma de la decadencia norteamericana". Tal es la reacción de los consumidores que la Coca-Cola decide regresar a la fórmula original. La cadena de televisión ABC interrumpe su programación para dar la noticia y al día siguiente es portada en todos los periódicos de Estados Unidos. Curiosamente ese mismo día el presidente Ronald Reagan, vinculado a los intereses de Pepsi-Cola, era operado de cáncer, noticia que pasó a segundo plano.

Llegamos a 1986 cuando la compañía celebra sus primeros 100 años. Empezó con menos de 30 empleados y para entonces se calculaba que trabajaban para Coca-Cola casi un millón de personas en todo el mundo. En este año de aniversario es asesinado el trabajador de la empresa Nestlé y sindicalista miembro de SINALTRAINAL en Colombia, Héctor Daniel Useche Berón, sindicato al que formaban miles de trabajadores afiliados y empleados de Coca-Cola, que pocos años más tarde caerían varios de ellos asesinados.

Para el aniversario Coca-Cola reúnen en Atlanta a 12 mil 500 representantes de los embotelladores de todo el mundo. La fiesta costó a la Compañía USD\$23 millones de dólares. En ese año, Columbia Pictures, propiedad de Coca-Cola, produce varias películas, entre ellas Perfect, Crossroads, Fast Forward y Ishtar, con Dustin Hoffman y Warren Beatty. También, para este aniversario se calculaba que en Estados Unidos se consumía más Coca-Cola que cualquier otro líquido, incluso más que el agua corriente. Ante ello Pepsi no se quiso quedar atrás. La "Guerra de las Colas" se agudizó con el fin de atraer a más clientes. Pepsi-Cola atrae la figura de Madonna y Michael Jackson para videos de promoción. Coca-Cola compra los servicios de Whitney Houston, George Michael, Sting y Cyndi Lauper, y mantiene su presencia física en más de 400 grandes locales públicos como estadios de Fútbol hasta en Disneylandia.

Para 1988 Coca-Cola obtiene por primera vez los USD\$1000,000,000 (mil millones) de dólares de ganancia. Y aunque las ventas en Estados Unidos eran relativamente iguales entre las dos compañías, en el ámbito internacional Coca-Cola llevaba una ventaja de 4 a 1 respecto a la Pepsi-Cola. En ese año la mitad de todas las bebidas no alcohólicas que se consumían en el mundo, eran Coca-Cola. Por ejemplo, con casi 200 millones de habitantes, Indonesia era uno de los países preferidos de Coca-Cola por su gran consumo. Pero en la Comunidad Europea sólo contribuía con el 29% de las ganancias con un consumo promedio de 81

botellas/año (en Francia sólo 31 botellas al año por persona), pese a intentar infiltrarse en la vida y cultura europea con EuroDisney y los Juegos Olímpicos de Barcelona, que bien pudieron llamarse los Juegos Olímpicos de Coca-Cola. Y en Japón tampoco iban bien las cosas para la empresa que veía bajar sus ganancias. Y es que la política económica de Estados Unidos hacia Japón provoca una reacción contra el imperio norteamericano. A pesar de las más de 2 millones de máquinas distribuidoras, los japoneses pensaban que sólo era una bebida para jóvenes. Coca-Cola lanza una gran campaña recorriendo el país con un gran camión, el Mobotrón, equipado con un monitor de vídeo de cinco metros de altura. Pero los japoneses no se la tragan. Entonces Coca-Cola vende a Sony la Columbia Pictures por USD\$3,400 millones de dólares (cuando la compró en 750 millones). La sociedad y los empresarios gringos reaccionaron desfavorablemente al ver cómo un símbolo cinematográfico nacional pasaba a manos niponas.

De cualquier forma, si los mil millones de dólares de ganancia que obtuvo la Coca-Cola en ese año se distribuyeran hoy entre los pobres del mundo, que según el Banco Mundial ganan dos dólares al día, alcanzaría para distribuirselos a 500 millones de personas en el mundo.

En 1989 cae asesinado el primer sindicalista colombiano de la empresa Coca-Cola, Avelino Chicanoy y se reactivan las movilizaciones y reacciones contra la empresa. En este año Coca-Cola incursiona en otra acción publicitaria a gran escala. ¿Se acuerdan de aquél famoso anuncio filmado en Italia donde la compañía reunió a 200 jóvenes de todo el mundo allá por 1971? Pues ahora decide reunir a aquellos mismos y sus hijos en la cima de la misma colina. Y aunque sólo encontró a 25 de ellos no le importó. En cinco días filmó el anuncio que nuevamente generaría un impacto publicitario en el ámbito mundial y de manera muy espectacular. Con todo, Coca-Cola termina la década de los 80's con enormes ganancias y cuyas acciones se revalorizaron en casi el 735%, generando a sus accionistas un beneficio de USD\$30,000 millones de dólares. Su influencia y poder invade por todos lados. Su oportunismo no tiene límites. Cuando en 1989 cae el muro de Berlín, la Compañía regaló miles de coca-colas mientras los ciudadanos de Berlín del Este cruzaban la frontera. Cerca, en Moscú, en plena Plaza Roja, Coca-Cola ya se insertaba en la vida y la cultura rusa junto con la cadena de hamburguesas McDonald's. En Ushuaia, la ciudad más austral del mundo, ya se consumía en promedio 420 bebidas al año por persona (casi una diaria). Y tú, ¿cuántas coca-colas te tomas al día?

La presencia de Coca-Cola en todo el mundo ya era leyenda en 1991. En este año la Editorial del New York Times declaró: "Usted podrá alejarse pero no logrará volver los ojos. Tarde o temprano sin importar lo lejos que usted se haya aventurado de las comodidades y ventajas del mundo moderno, Coca-Cola le encontrará. Aunque esté en las cumbres del Himalaya, en las islas azotadas por huracanes, o vaya a la cuna de la civilización si le place, Coca-Cola le estará esperando". En los primeros años de la década de los 90's se consumían 3'456,000,000 (tres mil cuatrocientos cincuenta y seis millones) de coca-colas en todo el mundo. México es actualmente uno de los principales consumidores mundiales del refresco, y del país especialmente el estado de Chiapas y entre ellos las comunidades rurales. Esto es lo que hemos construido los consumidores a lo largo de tantas décadas. A principios de los 90's,

el gasto de publicidad de la empresa fue de USD\$4,000 millones de dólares. El sueldo del presidente de Coca-Cola, incluidas sus acciones de la empresa y algunos que otros beneficios adicionales, era de USD\$86 millones de dólares; mientras que el vicepresidente ganó en 1991 USD\$38 millones de dólares. Entre los dos funcionarios su ganancia fue de USD\$340,000 dólares diarios. Lo que ganaron estos dos hombres equivale hoy al ingreso diario de 150 mil indígenas en Chiapas.

En 1993 Coca-Cola se avoraza sobre las embotelladoras y empieza a comprar las que no están bajo su propio dominio, con la intención de disponer de mayor patrimonio y dominar la fabricación, en particular en zonas de Sudamérica. Pero la ambición de Coca-Cola se topa con un gran obstáculo: los trabajadores organizados y sindicalizados. Entonces usa los mecanismos de la presión, chantaje, extorsión, despidos, intimidación, tortura y hasta asesinatos con tal de desaparecer a los sindicatos. Así, en 1994 son asesinados dos líderes sindicalistas en Colombia. Un año después cae otro. En 1996 otros dos líderes sindicales y trabajadores de la Coca-Cola mueren a manos de los paramilitares coludidos con la empresa. En este año la Coca-Cola se vendía en 205 países. En 1997 nace el segundo museo de Coca-Cola en las Vegas, Nevada, y muere el presidente de la Compañía, Roberto Goizueta. Se dice que en toda la historia de Coca-Cola, muy pocos han sabido la composición de la fórmula secreta del refresco. Lógicamente John Pemberton, su inventor, Asa Candler, segundo propietario y después su hijo, tercer presidente; también Woodruff, y además de los tres o cuatro químicos de la compañía son los únicos mortales que han sabido en realidad los secretos del ingrediente 7X. Entre los conocedores se incluyó a Roberto Goizueta quien también era químico. En su lugar es nombrado como presidente Douglas N. Daft.

Pero las aguas negras se vuelven a teñir de rojo. En el 2001 cae otro trabajador sindicalizado de la Coca-Cola. Y en el 2002 otro más. La sangre corre y entre 2002 y 2003 se lanza la campaña más grande jamás conocida contra la Coca-Cola. Paralelamente, desde 1994 con el alzamiento del EZLN en Chiapas, y la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio más grande del mundo entre Estados Unidos, Canadá y México anexado, el gobierno de los Estados Unidos comienza su más ambicioso plan económico continental. El Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) para anexar al Continente entero bajo su hegemonía económica y militar imperial. Al mismo tiempo nace un nuevo intento de estructura económica planetaria: la Organización Mundial del Comercio (OMC) que pretendería imponer reglas comunes comerciales a todo el mundo. Los nuevos acuerdos y reglas comerciales van dando entonces mayor poder a las corporaciones transnacionales. En especial comienza la carrera por la batalla del agua y en general de los insumos y recursos naturales, las materias primas que usan las empresas. Ya no es sólo la guerra contra los trabajadores y obreros, también contra los indígenas y campesinos por arrebatárles el agua y el mercado del azúcar. La derrota de la OMC en su V Reunión Ministerial llevada a cabo en Cancún, México, el pasado mes de septiembre, pone en alerta la nueva estrategia norteamericana de fortalecer sus intereses con el ALCA o los tratados bilaterales de libre comercio. La agenda de la Compañía Coca-Cola es el agua. Ahora la vemos en Chiapas construyendo escuelas indígenas y de la mano con el gobierno del estado. Peor no en cualquier lado, sino en las regiones que cuentan con los yacimientos acuíferos más importantes. Pero de esto, hablaremos luego. Por lo pronto

NO LO VAS CREER...

- El mayor anuncio de Coca-Cola en el mundo está instalado sobre la colina "El Hacha", en Arica (Chile); mide 122 metros de ancho por 40 metros de altura y está construido con 70.000 botellas de Coca-Cola. Chile es uno de los primeros países en privatizar sus fuentes de agua incluidos los ríos en la época de la dictadura militar.
- Coca-Cola es la marca comercial más famosa del mundo. Es conocida por el 94% de toda la población mundial. En una encuesta efectuada en 1997, Coca-Cola es la segunda marca más valorada en el mundo, detrás de McDonald's y por delante de Disney, Kodak, Sony, Gillette, Mercedes-Benz, Levi's, Microsoft y Marlboro.
- En 1990 se abre en Atlanta El Mundo de Coca-Cola, el museo oficial de la compañía. Y en su ridiculez nace el Coca-Cola Collectors Club, primer club español de coleccionistas de Coca-Cola y en abril se inaugura en Castelldefels, Barcelona, el primer local público en Europa (no oficial / colección particular) dedicado en exclusiva al mundo de Coca-Cola.
- En 1992 Coca-Cola es patrocinador exclusivo de las Olimpiadas de Barcelona. Su propaganda estaba en toda la ciudad, en sillas, mesas, letreros y máquinas expendedoras. Todos los atletas que portaron la antorcha olímpica llevaron en sus ropas el logo de Coca-Cola.
- En 1996 Coca-Cola es anfitrión en su ciudad de los Juegos Olímpicos de Atlanta.
- En Taiwan está la botella inchable más grande del mundo: 25 metros.
- El consumo anual de Coca-Cola en China en 1989, después de la masacre de Tiananmen fue de una botella per cápita.
- En Lille, Francia, el 27 de Noviembre de 1990, un niño de 6 años mató a su madre con una escopeta por no darle un vaso de Coca-Cola.
- Dicen que en Estados Unidos hay madres que dan de beber leche con Coca-Cola a sus hijos. En comunidades rurales en México hay madres que en lugar de leche le dan Coca-Cola a sus hijos en un biberón, en lugar de leche.

Fuentes: Luis Capilla, "Las Multinacionales, Voraces Pulpos Planetarios"; Coca-Cola Company; Joan Bonet; Tanga Word; CokeWatch; Polaris Institute; Mark Pendergrast, "Dios, Patria y Coca-Cola"; Alison Gregor, "Coca-Cola: La religión global"; "Coca Cola, una historia empresarial de terror y crimen", Sinaltrainal/Rebelión, 3 de septiembre del 2002; Grupo de Apoyo Suiza, "Colombia Nunca Más"; SINALTRAINAL; Boletín Informativo Comercio y Desarrollo, No.10, Abril 2002, Guatemala; Reuters; Luis Ernesto Almario, ANNCOL; Campaign to Stop Killer Coke; Forbes.