

Pequena História da Coca-Cola no Mundo e no Brasil - Por José Roitberg

A invenção de um líquido numa tarde de verão de 1886 viria a se tornar parte da história do mundo e das civilizações. Nada foi mais desprezível que farmacêutico Dr. **John Styth Pemberton**, tentando criar um remédio para dor de cabeça misturando ingredientes num tacho de latão no fundo de seu quintal.

Pemberton levou este xarope para uma farmácia, situada a dois quarteirões de sua casa, onde foi misturado com água. Vocês já devem ter ouvido esta legendária história na qual este farmacêutico vendia o xarope em uma farmácia na cidade de Atlanta (EUA), chamada "Jacob's Pharmacy". O xarope era uma solução caramelada e colorida, misturada com água para curar "todos os males da alma e do corpo", e era vendido a \$5 cents o vidro. A Coca-Cola reconheceu o dia 08 de maio de 1886, como sendo o dia em que foi vendido o primeiro vidro.

A história ou lenda, conta que um freguês chegou ao local, com muita dor e o atendente misturou o xarope, acidentalmente com água carbonada ou invés de água comum e deu no que deu...

O Dr. John e seu guarda-livros Sr. **Frank M. Robinson** associaram-se e criaram o logotipo da marca, patentearam o produto e o nome. **Frank M. Robinson** sugeriu a nome Coca-Cola, juntando os dois ingredientes chave do produto e desenhou as letras naquele estilo cursivo único que se mantém até hoje.

Nascia assim a marca Coca-Cola, que foi impressa pela primeira vez em um fundo preto com letras vermelhas. Surgia também nessa época, através do visionário Dr. **Pemberton**, o primeiro slogan da Coca-Cola: "Drink Coca-Cola" - "Beba Coca-Cola". Posteriormente o logo oficial passou para letras bege em fundo azul e depois para letras brancas em fundo vermelho, incluindo inversões nas cores dos 3 sistemas.

Nos anúncios divulgados nos jornais em 1886 aparecia a famosa frase: "Coca-Cola Delicious! Refreshing! Exultating! Invigorating!" - "Coca-Cola Deliciosa! Refrescante! Alegre! Tonificante!".

Em 1886 as vendas eram de umas 9 (nove) garrafinhas por dia. A venda total desse primeiro ano foi de apenas 94 litros de xarope e **Pemberton** lucrou 50 dólares, mas gastou 74 dólares em publicidade.

Em 1891, o Dr. **Pemberton** enfrentou dificuldades de saúde e vendeu sua famosa e secreta fórmula junto com toda a empresa para um outro farmacêutico, **Asa G. Candler**, por 2.300 dólares, que assim, adquire os direitos para criar a "The Coca-Cola Company".

Já em 1891 a Coca-Cola fazia uma campanha forte, oferecendo prêmios e brindes, que hoje alcançam valores inacreditáveis. Os displays publicitários, posters, cartazes, cartões, calendários, abajures, canetas etc, teriam começado a chegar para o público através das farmácias.

Em 1894, a Coca-Cola foi engarrafada pela primeira vez por **Joseph Biedenharn**, dono da Biedenharn Candy Company de Vicksburg, Mississippi. **Candler** achava que a idéia de engarrafar o remédio era uma maluquice e que as pessoas nunca iriam comprar.

Com o crescimento da popularidade do produto crescendo, passaram a surgir imitadores como a Ola e a Koca-Kola (imagens em nosso site) e a companhia decidiu que deveria ter uma garrafa que a diferenciasse das outras.

A Root Glass Company em Terre Haute, Indiana projetou a antiga "garrafa de contorno" ou "hobbleskirt" (essa não é a garrafa atual). O desenho foi patenteado em 1915 e depois,

novamente em dezembro de 1923.

Até 1919, **Asa Candler** conseguiu espalhar a Coca-Cola por todos os estados americanos e, nesse ano, foi eleito prefeito de Atlanta. Neste ano, **Candler** vendeu a empresa por 25 milhões de dólares, para **Ernest Woodruff** e um grupo de investidores.

Em 1923, **Robert Woodruff**, filho de Ernest, assumiu a presidência da empresa e a liderou por 60 anos, transformando-a no que ela é hoje.

Apenas em 1928, ou seja 34 anos após o início do engarrafamento da bebida é que a venda de garrafas superou a venda do produto em copos no balcão de bares.

Este produto refrescante que conseguiu atravessar todas as fronteiras de idiomas, religiões, culturas etc., evoluiu em seu visual mantendo a tradição de quase dois séculos de sabor e qualidade.

E hoje, mais do que um refrigerante, Coca-Cola se transformou em um estilo de vida, tomar Coca-Cola se tornou tão natural que é raro e estranho ouvir alguém dizer que não gosta deste refrigerante.

No Departamento de Pesquisa ao Colecionador da Universidade da Pensilvânia (Philadelphia) existem estudos sobre itens colecionados e a ligação emocional com o colecionador, e o item Coca-Cola aparece em vários níveis de estudo por se tornado um dos temas mais colecionados no mundo, mesmo aquele que não pode ser incluído na categoria de colecionador possui com certeza algum brinde relacionado a Coca-Cola.

Devemos lembrar que a Coca-Cola já conseguia se difundir em diferentes pontos da Terra antes do advento da televisão, fenômeno este que aconteceu graças a uma forte campanha publicitária feita através de cartazes e anúncios em revistas, esquema seguido até hoje. Convém lembrar que os padrões técnicos de publicidade não só no Brasil como no mundo são relativamente recentes, quando surgiram as primeiras campanhas publicitárias da Coca-Cola, elas estavam indiretamente fazendo uma nova escola de propaganda e marketing.

Durante as primeiras décadas deste século, o visual da publicidade da Coca-Cola evoluiu e houve uma tendência em mostrar pessoas saudáveis e felizes como modelo do consumidor da Coca-Cola.

Este sabor e esta qualidade que atravessa mais de um século não depende somente de uma fórmula secreta e de uma bem sucedida campanha publicitária, mas também de outros fatores que dão um toque no sabor final do xarope do Dr. **Pemberton**, como:

- água: a água mesmo que tratada pela municipalidade passa por quatro estágios de purificação, até chegar ao estágio final onde não tem impurezas, microorganismos ou gostos.

- açúcar: o açúcar mesmo sendo da mais alta qualidade passa por um tratamento para eliminar qualquer cor ou sabor estranho.

- garrafas: depois de lavadas mecanicamente, as garrafas passam por uma rigorosa inspeção visual.

- tampinhas: as tampinhas também passam por um rigoroso controle, elas devem ser idênticas e perfeitas.

- gás carbônico: o gás carbônico usado no refrigerante passa por inúmeros testes que asseguram sua qualidade.

- concentrado: é uma mistura de vários ingredientes necessários à bebida.

- fórmula secreta: o xarope original é fabricado em Atlanta (EUA) e distribuído por quase 200 países, somente dois homens no mundo inteiro conhecem a verdadeira fórmula da Coca-Cola.

Um dos motivos que fez da Coca-Cola um dos mais fascinantes temas a ser colecionados é a produção de itens de produtos lançados em sua campanha publicitária. Sabemos que o objetivo final é vender cada vez mais refrigerante, mas é indiscutível o carinho da Coca-Cola e o seu profissionalismo ao lançar suas campanhas promocionais ou até mesmo fabricar peças que levam a marca Coca-Cola.

As décadas de 80 e 90 viram nascer nos EUA o chamado "Coca-Cola Country", que são centenas de miniaturas que reproduzem momentos do cotidiano onde a Coca-Cola está presente desde o século passado. Estas miniaturas chegaram ao Brasil através de uma loja localizada em um grande shopping em São Paulo.

"Em todos os momentos que fazem a história você bebe Coca-Cola." Desde que os jogos Olímpicos tiveram início há 100 anos pins e botons eram usados pelos atletas como forma de troca entre seleções. No primeiro ano dos jogos já havia um boton oficial da Coca-Cola, o que demonstrou o interesse da empresa em participar do evento. O ano de 1921 marca a era da publicidade nos Jogos Olímpicos. Em 1928, a Coca-Cola entra definitivamente nas Olimpíadas.

Utilizando-se da estratégia de relacionar os acontecimentos importantes do mundo à Coca-Cola, a empresa fez durante a Segunda Guerra Mundial uma campanha publicitária voltada para união entre os povos aliados, através da Coca-Cola, em línguas diferentes.

No início da Segunda Guerra Mundial **Woodruff** baixou uma determinação que qualquer soldado deveria conseguir comprar um Coca por 5 cents em qualquer lugar onde ele estivesse, não importando os custos para levar o refrigerante para lá.

Em 1943, o presidente **Eisenhower** enviou um telegrama à empresa requisitando a implantação de 10 fábricas adicionais de Coca-Cola no exterior. No início da guerra o refrigerante era produzido em 44 países e no final, em 64 novas fábricas tinham sido implantadas. Isso representou mais que apenas ajudar a erguer o moral das tropas, mas levou a Coca-Cola pela primeira vez para novos mercados abrindo caminho para uma "invasão" depois do fim da guerra. Em 1950, a Coca-Cola foi capa da Time Magazine.

No Brasil a publicidade da Coca-Cola ficava atenta aos acontecimentos e aos fatos que poderiam cada vez mais nacionalizar o consumo deste líquido, e nada mais nacional e popular do que o Carnaval e assim, a Coca-Cola abre alas no samba.

A Coca-Cola promoveu em 1957 junto com o jornal "Última Hora" um concurso chamado "Tamborim de Ouro": a escola que apresentasse o melhor samba enredo tendo a Coca-Cola como tema seria a vencedora. Este concurso durou cinco anos e terminou para dar lugar a outras promoções da Coca-Cola junto ao carnaval. Hoje um troféu deste que era um tamborim imitando a tampinha de Coca-Cola estilizada é disputado entre leilões internacionais e pelos colecionadores brasileiros bem como as fotos originais e também os cartazes da época.

Os anos 40, durante a Segunda Guerra Mundial, foram cenário para o desembarque da Coca-Cola no Brasil, que chegou simultaneamente em Recife e no Rio de Janeiro. Em Recife, onde havia bases americanas, foram criadas pequenas fabriquetas apenas para servir aos soldados estrangeiros que ao tomar o líquido se sentiam em casa.

A Coca-Cola juridicamente entrou no Brasil no dia 15 de agosto de 1941. Em 02 de março de 1942 foi instalada em São Cristóvão no Rio de Janeiro a primeira máquina de fabricação, assim como a primeira lavadeira de vasilhames.

Em 18 de abril de 1942, ainda no Rio de Janeiro foram feitas as primeiras vendas, onde 1.843 caixas

foram vendidas batendo o recorde para a época. Nesta época a denominação da fábrica era "Coca-Cola Refrescos S/A".

A Coca-Cola Refrescos S/A que batia este recorde de vendas contava na ocasião com uma frota de apenas 20 caminhões, alguns movidos a gasogênio e um quadro de funcionários que chegava a 200 pessoas.

O jovem brasileiro dos anos 40 não era ligado em política; o cinema era a maior diversão e era também através das revistas que a publicidade da Coca-Cola encontrou seu maior veículo de propaganda.

Em 1945, foi aberta uma filial em São Paulo. E assim mesmo, era um momento em que o brasileiro não tinha hábito de tomar gelado, a Coca-Cola foi chegando de mansinho no Brasil e se expandindo para quase todo o território.

Também em 1945, começou o sistema de franquias, que vem dando certo no Brasil até hoje. Através dele e com o nome de Coca-Cola Indústria Ltda., concede a grupos de empresários locais o direito de fabricar, engarrafar e distribuir o refrigerante.

Quando a Coca-Cola chegou no Brasil apenas uma indústria produzia o gás carbônico, esta indústria foi fornecedora até 1947 quando chegou ao Brasil a Liquid Carbonic.

Apesar da Coca-Cola ser amplamente comercializada, sua coleção não é muito difundida no Brasil. Em termos de vendagem do líquido, o Brasil ocupa o terceiro lugar entre os 210 países consumidores, mas em termos de colecionismo os primeiros lugares estão com os Estados Unidos, Canadá, França e Alemanha. A posição do Brasil não está definida, mas grandes passos vêm sendo dados para um desenvolvimento natural do tema.

A Coca-Cola vem sendo colecionada praticamente há um século, mas no Brasil o início das coleções coincide com a entrada da empresa no país, em 1942.

Praticamente os itens da coca-Cola são os mesmos colecionados em todo o mundo, divergindo apenas em detalhes culturais que favorecem a criação de brindes, propagandas, slogans criados especificamente para um determinado país. No caso do Brasil os itens mais colecionados são: anúncios originais de época, garrafas, brindes, tampinhas, posters, engradados, réplicas de carrinhos e os famosos pins que a Coca-Cola lança sistematicamente.

No colecionismo brasileiro existe uma peculiaridade entre a procura pelos colecionadores que são as letras originais das canções feitas por compositores famosos dedicadas a Coca-Cola. Em 1945 cria-se na Rádio Nacional um programa denominado "Um milhão de melodias", transmitindo todas as quintas-feiras no horário nobre das 20:25 horas; foi neste programa que nasceram não só famosas canções, como famosos comerciais e seus maravilhosos jingles.

Para felicidade dos colecionadores brasileiros a publicidade da Coca-Cola não parava, os posters e os famosos slogans chegavam ao Brasil adaptados, é claro, a nossa realidade, sem esquecer dos outdoors impressos em litografia.

(OBS: se você resolver procurar algo fora do Brasil em relação aos outdoors, lembre-se que eles se chamam "billboards" o termo americano outdoor, não existe na língua inglesa significando os cartazes de rua e é uma daquelas curiosidades da língua brasileira. Mais curiosos são os grupos de lingüistas xenófobos que querem banir termos estrangeiros de nossa língua, não percebendo que "outdoor" é um termo brasileiro, da mesma forma que "shopping center", pois lá fora eles são "malls ou shopping malls")

Em 1952 um caminhãozinho Ford trazia a Coca-Cola para ser vendida nas praias, pequenos cartazes foram impressos para ajudar na venda, estes cartazes são procurados atualmente

com afeição pelos colecionadores brasileiros, a réplica deste caminhãozinho foi feita por uma indústria de brinquedos em 1962 e custa hoje cerca de R\$ 1.500,00. Também não pode passar em branco o fenômeno brasileiro que eram as carrocinhas de refrigerantes, difíceis de serem encontradas até mesmo em fotografias de época. Algumas carrocinhas de sorvete ainda sobrevivem até hoje.

De 1945 até hoje, mais de 77 fábricas foram instaladas no país e a produção de brindes e peças para os colecionadores cresce paralela a estas fábricas.

As réplicas dos caminhões usados na década de 40 para o transporte da Coca-Cola que vem se tornar para o fabricante de brinquedo um filão de ouro, são feitas até hoje no Brasil e principalmente nos EUA. Brinquedos também foram criados nas décadas de 50 e 60 levando a marca Coca-Cola e até hoje são feitos em séries, catalogados e colecionados.

Indo mais adiante na história da Coca-Cola no Brasil, chegamos à época da Cuba Livre e do Rock'n Roll nos anos 50 e 60 - a Juventude Transviada - desfrutava das maravilhas que viam do Primeiro Mundo entre elas a mais saborosa - a Coca-Cola - que misturada com rum burlava a vigilância dos mais "velhos" nas festinhas, e nascia assim a Cuba Livre. Na vitrola tocava a música "Drink Rum and Coca-Cola" e que fez história. Era uma bebida realmente "subversiva".

Nesta época a Coca-Cola incentivava não só o consumo no balcão, mas principalmente o consumo em casa e nascia o vasilhame do lar, sobre uma intensa campanha publicitária onde os brindes e promoções proliferavam, e para deleite do colecionador desta época enriquecia as coleções com novos itens lançados quase que semanalmente.

Em 1970 chegou ao Brasil a Coca-Cola em post mix ou a vulgar Coca-Cola de máquina onde ela é feita na hora e servida em copo. A instalação do primeiro post mix no Brasil foi na rede de lanchonetes Rick (concorrente do Bobs) do Leblon que pertencia a **Ricardo Amaral**. No Rick ainda havia o incomparável cachorro quente grande com um pão uma salsicha que tinham mais que o dobro do comprimento normal.

Dentre os "mistérios" emocionais que formam o perfil do colecionador brasileiro sistemático ou ocasional se destacam dois itens como, por exemplo: as garrafinhas em miniaturas lançadas no mundo inteiro e a miniatura do engradado de madeira lançado no Brasil. Estes dois brindes compõem hoje um destaque em famosas coleções e também são colecionados por pessoas que nunca tiveram vontade de colecionar nada, mas não resistem às miniaturas que são normalmente encontradas, decorando salas de casas das mais variadas condições sócio-econômicas. Esta promoção era conhecida pelos slogans: "As tampinhas por garrafinhas".

Em 1981, **Robert Goizueta**, se tornou o presidente da empresa passando a ser um dos homens de negócios mais bem sucedidos da história, pois Goizueta era um imigrante cubano que chegou aos EUA apenas com uma pequena maleta de mão.

O grande tropeço da empresa ocorreu em 1985 quando resolveu mudar a fórmula do refrigerante chamando-o de New Coke. A reação do público foi tão forte que a antiga fórmula teve que voltar com o nome de Coca Cola Classic. Ah, tomamos a New Coke por aqui... Se você for aos EUA, compre uma lata de Classic e você verá a "diferença que satisfaz"... Atualmente a Coca-Cola é vendida em 200 países e seu logo escrito em 80 línguas diferentes.

Este texto é uma pequena abordagem da história da Coca-Cola e não é completo em todos os detalhes como datas de lançamentos de produtos, seus sucessos e fracassos, como por exemplo a TAB (dietética, com muita sacarina e sem gás), a Cristal (incolor, sem o corante caramelo), a descafeinada e diversas outras coisas que oportunamente serão incorporadas ao texto.

Bibliografia Simplificada - Collector's Magazine nº 2 (parte americana); Textos de Leslie Perry (parte americana); Textos de Marcio Shigueo Yamauti (parte brasileira) e edição, intervenções e devaneios de José Roitberg