

Actividad 5 Web

Lee este artículo de Coca-Cola y responde a las preguntas que aparecen debajo.

125 años de leyendas urbanas

Cuando en 1886 el farmacéutico John Pemberton creó una medicina que aliviaba el dolor de cabeza, las náuseas y mejoraba la digestión, seguramente nunca imaginó que 125 años después su invención, a la que llamó Coca-Cola, sería la palabra más reconocida en todo el mundo tras la expresión 'OK', o que vendería 1.600 millones de productos al día en todo el mundo asociados a su marca.

Sin embargo, si Pemberton siguiera vivo tendría que responder a una batería de rumores casi tan grande como lugares en los que su invención está presente: que si el refresco produce piedras en el riñón, que la fórmula original contiene alcohol o que los beneficios de la compañía se destinan íntegramente a financiar al Estado de Israel.

Coca-Cola vende 1.600 millones de productos al día en todo el mundo asociados a la marca.

"Ser una empresa conocida da muchas satisfacciones, pero a veces no nos queda otra que aguantar que se digan rumores sin ninguna verosimilitud", afirma Carlos Chaguaceda, director de comunicación de Coca-Cola España.

En la construcción colectiva de mitos, la gente habla y crea leyendas sobre cosas que todo el mundo conoce, creando así un proceso de retroalimentación, explica Chaguaceda. "Al ser muy popular se habla de ti, tanto bien como mal, y eso a su vez da más notoriedad".

Lo que no es un rumor y sí muy cierto es que la Coca-Cola que tomamos hoy contiene exactamente los mismos ingredientes que los que usó su creador en su farmacia de Atlanta hace más de un siglo, afirman fuentes de la compañía. El gran secreto de la fórmula original es uno de los mayores mitos sobre la marca y, curiosamente, también uno de los que más se ajusta a la realidad.

Sólo un puñado de personas –se habla de dos a ocho, “muy poca gente”– conocen exactamente la manera de mezclar correctamente todos los ingredientes de la bebida. Nunca viajan juntos, ni coinciden en los mismos lugares, ni comen los mismos platos, ni duermen en el mismo hotel, para que en caso de accidente siempre haya alguien que asegure la supervivencia de la valiosa técnica.

Al parecer, la receta secreta, denominada 'Merchandise 7X' está guardada en una caja fuerte en el SunTrust Bank Building de Atlanta, cuna del inventor de la bebida. Su puñado de valedores son personas de reconocida lealtad hacia la compañía, cuya labor es velar por la correcta administración del jarabe original y que "nunca tendrán preocupaciones económicas", añade el responsable de comunicación.

Gracias a la invención de Pemberton hoy encontramos en los supermercados infinidad de refrescos de cola, todos ellos surgidos como imitación del refresco original. En los años 50 se contabilizaban más de 6.000 imitadores de Coca-Cola sólo en Estados Unidos, la mayoría de ellos con una limitada presencia local. "Aunque parezcan muchos, en España por esa época había cerca de 3.000 marcas distintas de gaseosa", puntualiza Chaguaceda.

Lo cierto es que la compañía ha sabido como pocas adaptarse al paso del tiempo y el cambio de las modas. La clave, según su responsable, está en la consistencia del mensaje y el mantenimiento de un vínculo muy cercano con cada mercado local, alejado de la matriz americana.

De hecho, muchos de los eslóganes, como el de "la chispa de la vida", fue genuinamente creado para nuestro país. "Coca-Cola no se vende en España como una empresa norteamericana, sino que se asocia al optimismo, alegría y sensación de vivir creados por y para nuestro público más cercano", afirma su director de comunicación.

En su 125º aniversario quiere llevar a cabo una celebración por todo lo alto: una potente campaña publicitaria, conciertos, un museo virtual, una botella conmemorativa y un encuentro entre coleccionistas serán algunas de las acciones. Nuevamente Coca-Cola dará que hablar, aplicando como mejor sabe el conocido dicho de que "lo importante es que se hable de uno, aunque sea mal".

Los rumores desmentidos por Coca-Cola

Coca-Cola ha tenido que hacer frente a lo largo de su historia a una larga lista de leyendas urbanas, la gran mayoría en su contra, hasta el punto de que ha creado un sitio web donde se desmiente cada uno de los mitos reconocidos. Para ello utilizan argumentos de peso, a menudo contrastados científicamente, con el fin de contrarrestar la imagen negativa que éstos dan de la empresa.

Hay un apartado especial para los extendidos por Oriente Medio, donde se ve como un símbolo occidental que no siempre tiene connotaciones positivas. Se dice que su fórmula secreta contiene elementos prohibidos para vegetarianos y musulmanes, a lo que la compañía responde que "no contiene derivados de mamíferos o aves" en su receta, y afirma que los gobiernos han considerado la bebida como "apta para el consumo de la comunidad musulmana".

También se habla de que los beneficios de la compañía van directamente a financiar al Estado de Israel, o que hacer boicot a la bebida es una declaración contra América y sus habitantes, ambos negados por la multinacional.

La empresa se hace eco también del rumor (al parecer, muy extendido en Brasil) de que un niño murió tras mascar un chicle Mentos sabor mentol justo después de tomar Coca-Cola Light. Como respuesta, la empresa pone sobre la mesa explicaciones científicas que aclaran que la reacción que hace con los caramelos de mentol no es perjudicial para la salud.

También se dice que la fórmula original contiene alcohol, lo que niegan argumentando que "en su elaboración no hay fermentación", o que la Coca-Cola era en su origen de color verde, a lo que responden que "aunque la botella es de ese color, la bebida siempre ha sido marrón".

Otras leyendas: en la fabricación de la bebida se usa un colorante rojo procedente de la cochinilla; la usan los agricultores como pesticida; o que la combinación de Coca-Cola y glutamato de sodio (aminoácido muy común en los alimentos fermentados o curados) es afrodisíaca, todas ellas desmentidas por la empresa. El único rumor del que se hace eco positivamente es que puede usarse como limpiador casero y para eliminar la corrosión, debido a sus ácidos parecidos a los del limón o el vinagre.

Adaptado de: <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/03/15/economia/1300193735.html>

1. ¿Con qué fines se creó esta bebida?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ¿Dónde se encuentra la receta secreta de la Coca-Cola?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ¿De qué manera consigue Coca-Cola ser actualidad?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. ¿Qué valores se asocian en España a esta bebida?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. Cita dos rumores que Coca-Cola ha tenido que desmentir en alguna ocasión. ¿Qué rumor le ha llamado más la atención a tu compañero? Comentadlo.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....