

John Pemberton: o remédio que virou vício global

Por Cristiano Ricardo · Publicado em 22/05/2026

John Pemberton criou a Coca-Cola tentando curar a própria dependência de morfina. Morreu pobre e viciado, sem imaginar que sua fórmula se tornaria símbolo de consumo mundial. Uma história sobre saúde, negócio e as consequências que escapam ao controle de quem inventa.

Versão online e eventuais atualizações:

<https://farmaceutico.cristianoricardo.com/post/john-pemberton-o-remedio-que-virou-vicio-global>

John Pemberton foi ferido a sabre no fim da Guerra Civil americana, em 1865, num combate que quase o matou. Os médicos da época trataram a dor da forma comum naquele tempo, com morfina, e Pemberton saiu do campo de batalha vivo, mas carregando uma dependência que o acompanharia até o fim da vida. Farmacêutico de formação, ele passou as duas décadas seguintes tentando criar algo que substituísse o opiáceo, um tônico que aliviasse a dor e disfarçasse o vício sem os efeitos destrutivos da morfina. Em 1885 lançou o Pemberton's French Wine Coca, uma mistura de vinho, cocaína e extrato de noz de cola, vendida como remédio para praticamente tudo, de fadiga nervosa a impotência.

Quando a cidade de Atlanta proibiu a venda de álcool em 1886, Pemberton precisou reformular a bebida às pressas, retirando o vinho e criando um xarope à base de água carbonatada, o que batizou de Coca-Cola. A fórmula ainda continha extrato de folha de coca, com traços reais de cocaína, prática que só foi abandonada pela empresa décadas depois, em 1929. Pemberton nunca viu nada disso se transformar em império. Vendeu a maior parte dos direitos da fórmula ainda em vida, por necessidade financeira urgente, tentando sustentar o próprio vício em morfina, que jamais superou. Morreu em 1888, pobre, doente, sem imaginar que a bebida que criara para se curar se tornaria uma das marcas mais valiosas da história do capitalismo.

Há algo profundamente humano nesse contraste, e ele conversa direto com a trajetória de Marie Curie. Os dois manusearam substâncias que a própria época não compreendia por completo, e os dois pagaram um preço pessoal alto por isso, Curie com o corpo consumido pela radiação, Pemberton com uma vida inteira presa à dependência que tentava curar. A diferença é que Curie tinha consciência científica do que buscava, enquanto Pemberton buscava alívio pessoal disfarçado de invenção comercial. Ainda assim, os dois deixaram um legado que ultrapassou de longe qualquer intenção original que tivessem.

Isso também ecoa em Alexander Fleming, que alertou sobre o uso descontrolado daquilo que descobrira e foi ignorado. Pemberton não teve a chance de alertar sobre nada, morreu cedo demais e sem controle algum sobre o destino da própria criação, mas o resultado carrega uma lição parecida. Aquilo que nasce para resolver um problema específico pode crescer além de qualquer capacidade de controle de quem o criou, e passar a gerar problemas completamente diferentes dos que resolvia originalmente.

Para a saúde pública e para a economia, a história de Pemberton é um estudo de caso incômodo. A Coca-Cola, hoje consumida em praticamente todos os países do mundo, carrega uma relação direta e bem documentada com aumento de obesidade, diabetes tipo dois e outras doenças metabólicas, quando consumida em excesso, especialmente entre populações mais pobres, onde o refrigerante costuma custar menos que água potável tratada. O produto que nasceu como tônico medicinal se tornou, com o tempo, parte do problema que a saúde pública global tenta reverter. Isso não significa demonizar a bebida em si, consumida com moderação ela não é veneno, mas expõe como um produto pode mudar de propósito e de impacto muitas vezes ao longo de um século, sem que ninguém tenha planejado esse caminho desde o início.

Fica então uma questão que atravessa saúde, economia e ética empresarial ao mesmo tempo. Quanto do que consumimos hoje, sem pensar duas vezes, carrega uma origem completamente diferente da imagem que a publicidade construiu ao redor daquilo, e quanto dessa origem esquecida ainda molda, de forma invisível, o efeito que esse produto tem sobre nós?