

Alberto Soria\*

## Mesa y libertad

### Resumen

La democracia hizo que los sentados a la mesa fuésemos más. Que pudiéramos tener mejores productos y más cocineros. Que el sabor no tuviese que pedir permiso para poder viajar. Que los aromas no fuesen detenidos por alcabalas ni en aduanas. Con la libertad se come mejor. La posibilidad de escoger se agranda hasta volverse casi infinita. La presencia de la democracia, y también su ausencia y restricciones, se observan no sólo en la calle y en la prensa sino también y mejor en la mesa cotidiana. La libertad se olfatea, se bebe y se mastica. La democracia en la mesa tiene también su precio. Los malos, el engaño y la especulación forman parte del proceso. Saber escoger implica saber vivir.

### Table and Freedom

#### Abstract

Democracy increased the number of those sitting at the table. It made possible for us to have better products and more cooks; for flavor not to ask for permission to be able to travel around; for aromas not to be detained by checkpoints or customs. With freedom one eats better. The possibility to choose grows larger, ultimately becoming almost infinite. The presence of democracy, and also its absence and restrictions, can be noticed not also in the street and the press, but also, and in a better fashion, at the ordinary table. Freedom can be smelled, drunk and chewed. Democracy at the table also has its price. The delinquents, deceit and speculation are part of the process. The art of choosing entails knowing the art of living.

---

\* Periodista especializado en gastronomía, vinos y spirits, ex redactor de la agencia francesa de noticias AFP en París. columnista de *El Nacional*. Escritor.

Nota recibida 16 de Mayo de 2010 – Arbitrado 20 de Julio de 2010

*Apuntes Filosóficos*. Vol. 19. N° 37 (2010): 245-182.

## I

La democracia impacta sobre la cocina, la mesa y los comensales. Sobre las costumbres, los sabores y las tendencias urbanas. No es usual analizar el valor de la democracia desde esta perspectiva. Pero el estudio de la cultura cotidiana en territorios donde reina la libertad como expresión y consecuencia de la democracia, permite por contraposición visualizar su efecto en esos escenarios cuando no existe, o se la restringe. Cuando cayó el muro de Berlín, el testimonio de que se había derrumbado un sistema opresor no era el de ciudadanos llevando en sus manos pequeños trozos del muro, sino cambures. Las bananas o plátanos como fruta exótica y deseada por los berlineses del Este, era la constatación de que de allí en adelante disfrutarían de la libertad en la mesa y la comida que sabían tenían los alemanes que vivían en democracia a pocas cuadras, al otro lado del muro.

En lo social donde primero se observan los problemas de la democracia es en la fuente de aprovisionamiento del ciudadano. La presencia, escasez o ausencia de productos para la cocina y mesa, y sus precios, suelen ser el termómetro de cómo le va al sistema. Uno le puede tomar el pulso a la felicidad con que los ciudadanos viven en una u otra democracia visitando los mercados populares, los supermercados, las tiendas especializadas y los restaurantes. Eso lo enseñaba a los corresponsales extranjeros el maestro Jean Huteau (1990) en su cátedra en la Agence France Presse en París. La mesa de redacción de la agencia noticiosa está ubicada frente a la Bolsa de Valores de la capital francesa. “Para saber lo que pasa –decía Huteau- no vayan a preguntar enfrente. Recorran los sitios donde la gente compra alimentos y donde los come”. Así lo aprendimos temprano, en la década de los años setenta.

Cuando la democracia se resquebraja y el autoritarismo llega, se percibe en la mesa. Los economistas y los analistas políticos pueden explicar muy bien cómo se comportan los mercados y cómo funciona el aparato productivo y la distribución. No es ése el territorio de estas reflexiones. En estos apuntes, queremos observar la democracia desde el plato, si esto fuera posible. La historia nos dice que sí. Los procesos que culminaron en la Declaración de los derechos del hombre y del ciudadano (1789) tuvieron efectos mágicos, revolucionarios en la cocina, el acceso a los alimentos, la mesa, los comensales y sus costumbres. Antes de que eso ocurriera -y sus efectos no fueron instantáneos

sino que necesitaron siglos para extenderse y decantarse- una minoría comía mucho y medianamente bien, y la mayoría comía poco y mal. Norman J. G. Pounds (1992), en su estudio sobre el nacimiento de una sociedad de consumo afirma: “Seguramente sea correcto afirmar que las clases más modestas vivían en todas partes tan al borde de la miseria y de morir de hambre a principios del siglo XIX como mil años antes”, Sobre el mismo tema, Arthur Young, a su vez sostuvo con convicción que “un consumo elevado por parte de los pobres tiene más importancia que entre los ricos”. Eso fue lo que comenzó a cambiar con la Revolución Francesa (que complementó después la Revolución Industrial).

## II

La Revolución Francesa estalla por hambruna, por multitudes que la pasan mal. Y cuando finaliza y una nueva sociedad asoma, se observa la consolidación de creaciones y costumbres que serán después copiadas y replicadas en otras sociedades. La cocina profesional abandona los palacios y comienza a transmitir su conocimiento, a perfeccionar y confrontar su estilo, y a servir a comensales cuyos nombres no conoce.

La habilidad del oficio tiene gran demanda mientras avanza y se consolida el negocio de servir comidas, el de atender a viajeros, el de hacer que la gente viaje para disfrutar un plato y una velada. Los grandes de la profesión dejan de ser cocineros de reyes, príncipes y aristócratas, para convertirse en maestros cuyo arte se disputan ciudades, hoteles y el turismo. La de *chef de cuisine* como profesión es oficio que se propaga y consolida gracias al avance de las democracias en las sociedades libres.

Los cocineros que dejaron de trabajar en los palacios y en las cortes, llevan sus estilos a la mesa para los ciudadanos. Así nacieron los restaurantes y el buffet. “Aquello que radicalmente distingue al restaurante de sus antepasados (la tasca, la taberna y el albergue) es además de su estilo de comida, la limpieza, y a veces el lujo en la decoración, una cosa aún más importante: acercan la gran cocina al dominio público”, sostiene Jean-François Revel (1980).

La Asamblea Nacional surgida de la Revolución Francesa suprimió a finales del siglo XVIII los privilegios que antes se habían acordado a las corporaciones (de mesoneros, charcuteros, asadores y pasteleros) y los restauradores (los dueños de restaurantes) pudieron de allí en adelante servir sus comidas con

libertad, según su gusto y criterio. Restaurantes y cocineros independientes se propagaron como expresiones de una nueva sociedad durante un siglo, y en la segunda mitad del XX sirvieron de referencia urbana a las sociedades libres. Allí donde había libertad había restaurantes de todos los estilos y tamaños, y donde la democracia no existía, eran escasos y tristes. Hoy, eso no ha cambiado.

Con los restaurantes y buenos cocineros a su frente, nació el menú, se popularizaron nociones del servicio en la mesa, y se perfeccionaron los platos y bebidas especiales para conmemorar fechas de etapas fundamentales en la vida de las personas. Allí irrumpe el buffet, que es el estilo de servir banquetes en palacio democratizado a piezas enteras que se exhiben como en el pasado, pero que ahora se servirán en trozos similares, cortados para comensales que no se conocen, que serán degustados en mesa para muchos.

### III

El menú como detalle y orden de los platos disponibles en una comida, surgió cuando se democratizó la mesa. Los cocineros que dejaron de servir en palacios y a aristócratas, crearon sus primeros restaurantes en los locales disponibles en el Palais Royal en París. Allí cocinando por primera vez para el público, colgaban en las puertas de sus locales carteles a veces decorados por artistas famosos, donde anunciaban sus mejores platos. En el interior del local, una reproducción más detallada de los platos que elaboraba esa cocina, se ofrecían a los comensales a su llegada.

La idea generó polémica. Alexandre Grimod de La Reynière (afamado abogado, periodista y escritor culinario) al principio la atacó porque en su criterio hizo perder las nociones elementales de las maneras de la mesa que se guardaban en la cocina imperial. Sin embargo, después en su *Manuel des amphitryons* (1808) propuso a sus lectores unos veinte menús compuestos por sopas, entrantes, platos intermedios y piezas grandes de asados y pescados y finalmente postres. Antonin Carême, el genio creador de la cocina moderna sostuvo más adelante que había que reducir el número de platos, y servirlos uno tras otro. Así se hizo y el menú de palacio, democratizado, se mantiene hasta nuestros días.

Los cocineros modernos introdujeron dos grandes variantes en el menú democratizado. Primero lo hicieron más saludable, y combatieron el desequilibrio dietético incluyendo más verduras, hortalizas crudas y menos salazones y

cuerpos grasos. Finalmente, crearon el “menú degustación” con la finalidad de servir varios platos de bocados o pequeñas proporciones, que permite apreciar las mejores especialidades que caracterizan su cocina.

Hoy, los comensales tienen acceso, así sea en lecturas, a tres estilos de menú en los restaurantes: de cocina imperial, de banquete de palacio; de cocina antigua que marca la transición de la sociedad hacia lo moderno, y de cocina moderna en la que los gustos y tendencias de los comensales cuentan, y por tanto los platos son nutricionalmente correctos, equilibrados, y más vistosos.

#### IV

La democratización del menú impuso por su libertad al comensal, una necesidad de decodificar y dominar maneras en la mesa. La diferencia e importancia de esto entre una sociedad regimentada y una democracia, quedó patentizada en este relato del diplomático ruso Anatoly Dobrynin (1998). A los 24 años, Dobrynin fue reclutado en 1944 de la fábrica de aeroplanos en la que trabajaba para ser destinado a la Escuela Superior de Diplomacia, que funcionaba en las inmediaciones de la Puerta Roja de Moscú.

Durante nuestro primer año de escuela también se nos dio una clase de etiqueta, es decir de modales y reglas de conducta en la sociedad en la que pronto ingresaríamos como diplomáticos, y acerca de la cual sólo sabíamos por nuestras lecturas. Las lecciones parecían una función teatral: debíamos imaginar que estábamos en recepciones diplomáticas, almuerzos y banquetes, de lo cual ninguno de nosotros tenía la menor experiencia. Las lecciones estaban a cargo de una dama aristocrática, de edad avanzada, de la célebre familia de los príncipes Volkonsky.

Nos sentábamos ante una mesa grande y bien provista, con los tenedores, cucharas, cuchillos y vasos de vino necesarios. Todo era auténtico, salvo por una cosa: no se servían alimentos ni vino pues estábamos en plena guerra y había una enorme escasez de comida. Camareros imaginarios servían imaginarios manjares para los cuales teníamos auténticos platos de porcelana que, por desgracia, se hallaban vacíos.

Nuestra anfitriona anunciaba: Empecemos por la sopa. Imaginen que les han servido *vichyssoise*: Venía entonces una descripción de esta sopa y de otras varias. Luego, el pescado y varios platillos de carne, con los nombres más es-

trambóticos. También se nos instrúa sobre cómo emplear éste o aquél tenedor o cuchillo, y cómo hablar a nuestros vecinos de mesa. Se insistía mucho en los vinos –Borgoña, Burdeos o del Rin, así como los soviéticos– que, supuestamente, escanciaba alguien en nuestras copas de acuerdo con un ritual, que convinieran al pescado, carne, postre u otros manjar, todo lo cual sólo intensificaba nuestros jóvenes apetitos, ya despiertos por nuestras miserables raciones alimenticias.

Dobrynin fue de 1961 a 1986, el embajador de Moscú ante los seis presidentes norteamericanos de la Guerra Fría.

La diversidad y el gusto en el plato, son cosas que se cultivan en democracia, es decir en libertad de escoger, para salir de la dieta monotemática que las sociedades regimentadas, por escasez de disponibilidad de productos, hábitos y opciones en la cocina, imponen.

Viacheslav Skriabin (más conocido como Molotov, su seudónimo) quien fuera por once años tercer presidente del Sóviet de Comisarios del Pueblo y por diez canciller de la URSS, viajó una vez en el *Queen Mary* de regreso de Nueva York a Europa. Lo acompañaba Dobrynin, y éste es su relato de cómo eran sus comidas.

Para desayunar no tomaba más que los cereales que su cocinero había llevado de Moscú y le preparaba. El chef del trasatlántico, cuyo orgullo profesional estaba un tanto herido, se ofreció a hacer “cualquier tipo de potaje que desee el señor Molotov”. Sin embargo, nuestro jefe rechazó, tercamente, todas las ofertas. Cada mañana por los pasillos del *Queen Mary* podía verse una extraña procesión formada por tres hombres: yo era el primero, venía después nuestro cocinero, con la olla, y cerraba la marcha el coronel Alexandrov, jefe de la guardia personal de Molotov. Nuestro cocinero entraba en la gran cocina de la nave y los demás chefs lo miraban y criticaban su olla que contenía un potaje especial de Molotov. Luego, el cocinero la envolvía en una toalla caliente, y con toda solemnidad regresábamos al camarote del ministro. Así un día sí, y el otro también, mientras duró la travesía.

La democracia también puede expresarse en la libertad de un mordisco. El día que el muro de Berlín fue abierto el 9 de noviembre de 1989 por una multitud que se empujaba por cruzarlo, los alemanes encerrados en la RDA no corrieron a buscar fragmentos de cemento armado astillado a pico y mandarria para convencerse. Cuando amaneció, enfilaron hacia las tiendas y supermerca-

dos de la entonces Alemania Federal. Allí, compraron todas las existencias de bananas. Dentro de la sociedad oprimida, la banana -no un trozo del muro- fue el símbolo de que la libertad había llegado.

Cuentan mis amigos alemanes que la noche del 12 de agosto de 1961 fue muy triste, oscura, cargada de miedos y rumores. Y que la del 9 de noviembre de 1989 fue luminosa, con risas, gritos y música que el viento empujaba a lo largo de la ciudad. Berlín había estado dividida 28 años.

En la Alemania tras el muro que conocí como periodista de la AFP, todo era gris. El paisaje urbano, si algo tenía, era tristeza. No había colores cálidos, ni fríos. Todo era gris cemento, marrón opaco, sin letreros luminosos. No había pintura para las paredes, puertas y ventanas. Nadie reía en las calles cercanas a la Puerta de Brandeburgo. No había enamorados cogidos de la mano en los bancos de la austera plaza Marx-Engels.

Cuando visité esa Alemania, hasta los mesoneros parecían aburridos. En la cocina, unos usaban uniformes y otros no. Ninguno estaba impecable. Nadie usaba gorro de cocinero. El personaje más importante no era el chef, sino el camarada comisario en el hotel más importante de la ciudad. Un tipo de mirada dura vestido de civil, ubicado frente a un escritorio de metal, al fondo de la cocina. El lobby del Gran Hotel Berlín tenía la atmósfera de una sala de espera del seguro social. Lo único con cierto dinamismo era el bar. Whisky no había. El vodka era un lujo. Los tragos más populares eran tres cocteles: el Sputnik, Habanapunsch y la sultaneta Cubana.

En 1999, un año después del derrumbe del sistema, chefs alemanes me contaban en una tertulia cómo había sido la re-unificación alemana en la cocina. “Los (cocineros de la ex-RDA) vienen de una cocina antigua, limitada, con otro ritmo. Lo mejor de sus granjas -afirmaban- se iba por tren a Moscú. Lo mismo ocurría en Polonia, Hungría y con los checos. Pasaron casi 30 años trabajando de esa forma. Por eso sus cocinas se atrasaron. No van a cambiar de un día para el otro” relataban los amigos jefes de cocina del chef Frank Müller, quien trabajó por décadas en los grandes hoteles de Caracas. Los panaderos, en cambio, se reinsertaron con facilidad. En Alemania, el paraíso del pan, nunca queda desempleado un buen operario.

En las semanas siguientes a la caída del régimen que pregonaba que sería para toda la vida, la evidencia de libertad eran mordiscos a frutas escasas, costosas, prohibitivas. Las bananas en primer lugar. Las naranjas, después.

Observada desde la mesa, la caída del Telón de Acero tiene más de humano que de epopeya heroica. No hubo multitudes dedicadas sistemáticamente durante semanas a tumbar a golpes los 115 kilómetros de muro. Lo que hubo fueron millones de personas que una semana después, comenzaron desayunar distinto.

Se notaba en cosas pequeñas. Como en la calidad de la mantequilla que ahora se podía untar con generosidad sobre el pan. Y en la variedad y abundancia de los embutidos. Alemania y la república Checa están a la cabeza del consumo mundial de bananas: unos 14 kilos por persona. (Soria, A. 2009)

## V

Cuando desde el plato uno observa tendencias de las sociedades a la mesa en los tiempos modernos, democráticos, no puede sino sentir cierto desconcierto.

En las sociedades abiertas la publicidad orienta el gusto de multitudes, y se fija en la mente de los escolares y del ciudadano. Es la televisión quien dicta las pautas del gusto en el consumo masivo. Prohibida o sujeta en las no-democráticas, la comida rápida creada en Norteamérica invade y penetra todos los espacios que puede.

La comida rápida se sirve hoy en restaurantes y cines, estadios, aeropuertos, escuelas primarias, bachilleratos y universidades, en aviones, trenes y cruceros, en grandes y en modestas cadenas hoteleras, en cadenas de tiendas, grandes almacenes, en estaciones de servicio e incluso en las cafeterías de los hospitales.

Sólo los norteamericanos (hay más de 28.000 establecimientos McDonald's en el mundo) gastaron en el año 2000 unos 110.000 millones de dólares. Treinta años antes, habían gastado 6.000 millones de dólares. En la actualidad, los estadounidenses pagan más dinero por comida rápida que lo que invierten en enseñanza superior, computadores personales, programas informáticos o carros nuevos. Y también gastan más en comida rápida que en cine, libros, revistas, periódicos, videos y música grabada, todo junto. (Schollosser, E., 2002)

Sólo la cadena McDonald's gasta más dinero en publicidad y marketing que cualquier otra marca. Como resultado, ha reemplazada a Coca-Cola como la marca más famosa del mundo. (Hogan, D.G., 1997). Así, el estilo americano busca posicionarse como el estilo universal. Sólo algunas iniciativas aisladas en

contados países europeos pretenden en la actualidad frenar esta influencia en las cantinas escolares a finales de la primera década del XXI.

## VI

Cuando uno interroga a los especialistas de mercadeo y consumo masivo sobre el comportamiento en las sociedades abiertas de las nuevas generaciones a la mesa, la respuesta común en que “Responden a los estereotipos”. Lo mismo responden cuando se pregunta qué compran cuando van a los supermercados y abastos.

Si eso fuera cierto, muertos deberían estar el pasticho, el asado negro, la pierna de cordero, el arroz a la marinera, la arepa y la milanesa, por ejemplo. Pero no lo están. En la mesa –porque la sociedad es abierta y por tanto democrática– no pasa lo que los marketólogos dicen que pasa.

Crear que el gusto de la sociedad norteamericana es el gusto del mundo, y al mismo tiempo ignorar la cultura de los otros es tendencia de considerable espacio en la modernidad. En la cultura que domina el marketing, escribe los libros, orienta el enfoque de aula, publica ensayos en las revistas del sector y consigue trabajo en mercadeo siempre que hable inglés, el asado negro, el pasticho, la pierna de cordero, el arroz a la marinera, la milanesa y la arepa, no existen. No hay en ésa concepción, otros idiomas, sabores, infancias, abuelas, regiones y realidades. Dominados por la santa trilogía de hamburguesa, papas fritas industriales y refresco de cola, la percepción de que el universo del gusto no es sino ése, es fenómeno extendido. Pero falso. Hay generaciones que tienen mamá. Y en contraposición, generaciones que tienen nevera.

El marketing concebido en Madison Avenue, en Atlanta o Los Angeles para todo el mundo, tiene razón cuando fotografía a la última generación consumiendo los productos del *fast food*. Así como la fotografía no es sino la técnica de pintar imágenes con la luz, cuando se dominan los medios (McLuhan *dixit*), se domina el mensaje. Han logrado un estilo en el que pueden definir, orientar, cuantificar, dirigir el gusto. Por eso –por ejemplo– cada vez hay menos sopa. Hasta que el sujeto de estudio (que ha sido educado con nevera, no con mamá) se sale del límite sicográfico, se pasa de palos y descubre el milagro de un hervido en la madrugada, o la sopa de cebolla.

La generación de la carne molida y pitillo no son Mozart. El asado negro, el pasticho, la pierna de cordero, el arroz a la marinera, el risotto, la milanesa y la arepa son Mozart. Porque lo clásico, por bueno, siempre estará de moda. Conservadoras pero no estáticas, las tradiciones alimentarias y gastronómicas son extremadamente sensibles a los cambios, a las imitaciones, a las influencias externas. Pero a la hora de sentarse a la mesa, quien tuvo mamá y abuela, cuando crece se le escapa, se le sale del cuadro, de los estereotipos, a los magos del marketing moderno de un solo idioma, pitillo y carne molida.

Pero el fast food y la visión norteamericana que el almuerzo es la interrupción de algo más importante como el trabajo o la exposición de las ideas, se anota no pocos triunfos en la vida universitaria o en el de las corporaciones que acuden a las aulas en busca de sentencias.

Eso es lo que pasa —y aunque el ejemplo parezca increíble— con los cursos de motivación. Los costosos talleres sobre cómo alcanzar la felicidad en empresas y corporaciones —por lo general— ignoran el apetito y las ganas que al mediodía en los mortales aparecen. En eso se parecen a algunas visiones sobre cómo alcanzar la felicidad en la Baja Edad Media: El placer, sólo está reservado a unos pocos, previo pago de penitencia

El perverso manto de la gerencia que considera el buen comer como una extravagancia, no es nuestro, es importado. Se come mal en talleres, jornadas de participación y “seminarios sobre alto desempeño”, porque se copian recetas de la cultura de gestión norteamericana. En ella, detenerse a comer es una interrupción de algo más importante, el trabajo. Dado que es interrupción, debe ser breve. Por eso se llega y se sale de la bala fría corriendo, en el más breve plazo: Tienen 60 minutos para comer y atender el celular. Si vamos retrasados podemos reducir ese tiempo a media hora, o si prefieren, 20 minutos. Total, sólo se trata de comer.

Ahí no termina la cosa. Como la interrupción puede ser costosa, se la diseña a bajo precio. El costo de estos talleres, conferencias o como quieran llamarles, es de no poco dinero. Están diseñados sobre patentes internacionales por empresas prestigiosas en su área. Pero en la comida, la bebida, y la atención a la gente, invierten menos que en un recreo de preescolar. Con una diferencia. En el preescolar, las maestras están pendientes de que cada quien haya comido lo adecuado para alimentar el cerebro, y además, esté contento. Cuando en los eventos sobre motivación y alineación de objetivos un osado se revela (contra

el bocado infame, o el tiempo escaso) se le advierte que no debe “perder foco”. Se oyen reconvenções de éste estilo: Estamos en un taller de motivación para blindar la integración en la empresa, y por tanto la felicidad de todos.

El bocado caliente no tiene espacio en las prisas de la modernidad. Comer, engorda. Los gordos no son bienvenidos en la cultura corporativa. Detener el pensamiento, la creatividad y la felicidad en el trabajo para algo tan primitivo como comer -y además pretender hacerlo bien- caliente, le parece absurdo a los planificadores, graduados mientras vivían a golpe de hamburguesas, perros calientes y refrescos de cola.

Al final de la jornada de motivación en la hoja de evaluación la comida, o no figura, o puede ser calificada como sólo buena, muy buena o excelente. Por eso los participantes corren a tumbar la nevera de su casa, o cercar al primer carrito mata-hambre que aparezca en el horizonte.

En el período moderno en las sociedades abiertas, la motivación llega ahora en cápsulas. La cultura de los tips parece invadirlo todo. Desde el arte de la motivación hasta el arte de la cocina. Maslow elaboró en 1946 su teoría sobre la pirámide de motivaciones y de allí en adelante se venden capsulitas. Los que llegaron después afirmando que Maslow estaba equivocado, venden tips mientras dan mordiscos a bocados industriales.

Al sentido común se le arruga el estómago cuando observa que los hábitos y las tradiciones para crear felicidad parece que no importan. Esto es así, me explican, porque vivimos (ya no en países, regiones y culturas diferentes) sino en “territorios globalizados”. Ése es también un coste social de las democracias donde la información fluye sin barreras, y la publicidad en ellas. ¿Y cómo eran los cursos o seminarios -por ejemplo- en la República Democrática Alemana antes de la caída del muro de Berlín, pregunto a los obreros que trabajaban en una fábrica de productos ópticos: “Obligatorios, aburridos, y se come mal, monótono como siempre” fue la respuesta.

## VII

El gusto tiene memorias que han resistido asedios, tumbados muros y murallas que parecían permanentes, sobrevivido a mil tempestades y decretos.

Si la historia de las civilizaciones algo recoge, y enseña, es el valor intemporal del olfato, las indestructibles cadenas genéticas de lo probado y almacenado

como mío o bueno, y la fortaleza de la memoria en cocina, mesa y sobremesa. Por lo tanto lo primero a hacer en una sociedad libre, sometida a los embates de la publicidad globalizadora - piensa uno- es no renunciar a sus gustos.

Las memorias del gusto no están sueltas al aire. No flotan en la nada, ni son disquisiciones de bardos de la silueta, en plan faquir. Razonan, manejan información actualizada, comparan. ¿Pan y agua? ¿Almuerzo y cena solo de potajes y granos? Sólo los misterios de la fe recogen relatos de eso milagro-maravilla.

Las memorias del gusto hacen silogismos. Se los enseñan a uno desde la escuela. Algunos pueden resultar más poderosos que tanques y cañones. Con lo del paraíso de la flagelación además de silogismos, se hace humor del bueno. ¿Será “Rebelión en la granja” de (Eric Blair) George Orwell texto prohibido? Baste con que sea prohibido para que se lea más, advierten los escasos censores ilustrados. “Todos los animales somos iguales, pero alguno son más iguales que los otros” escribió en 1945 Orwell. Dicen los historiadores que la poderosísima “Nomenclatura” se desmoronó por silogismos como ése, que la gente construía cuando iba a hacer mercado o tenía sed.

Hoy en cocina, las sociedades democráticas además de los millones de cocineras que siempre tuvieron, tienen ahora miles de jóvenes afanados por cocinar, que además saben de ingredientes y tienen ganas. Allí, una generación se encargará de pasarle a la otra un principio fundamental de sartén y cacerola: la necesidad, agudiza el ingenio. Las cocinas italianas y la española –por sólo nombrar las dos más cercanas y conocidas– construyeron su soporte desde la escasez, no desde la abundancia.

## VIII

En la globalizada sociedad moderna, se vive bajo estrés. Para contrarrestarlo –pensamos algunos– hay que ir a la cocina. Al hacerlo, se advertirá que sólo las hay de dos tipos en el mundo. La buena y la mala. La buena, creativa, clásica o tradicional, ha existido siempre. La mala, jamás desaparecerá. Lamentablemente, ésta última en los últimos treinta años ha ido en incremento. Porque ellas se cansaron de cocinar; y porque la sociedad abierta creyó que con nevera y televisión se podría alimentar el alma.

Hoy el estrés no se apaga en muchos hogares de la modernidad porque ausente de manos e intuición femenina, la simplicidad no tiene en las ciudades ejecutantes magistrales. No se improvisa ni se hacen milagros con lo poco. Perdida la razón y con ella el goce y el humor, las grandes sinfonías familiares cotidianas son hoy escasas. Se las pretende sustituir con empaques y congelados. Pero así no funciona. No sabe igual.

No se sale del estrés con hamburguesas y refrescos de colas. Sin embargo esa es la mesa de la mayoría de los profesores norteamericanos de los talleres anti-estrés. Se busca la felicidad en el gimnasio, en la farmacia o haciendo ejercicios con aparatos frente al televisor. Poco se enseña que lo sabroso que emociona, sólo puede hacerlo porque antes, frente a una mesa con gente a la que se quiere, alguien sembró sensibilidad y referentes étnicos o geográficos.

No hay felicidad sin alimentos. No hay teoría del gusto sin pareja, sin hijos, sin familia, sin recetas heredadas. Las sensaciones maravillosas que emergen de una olla o un sartén, no provienen de una pipeta sino de la memoria y el recuerdo. Hoy, cuando el estrés es constante, la solución –razonaban Jean François Revel y Raymond Aron– es mirar hacia atrás y entender que en la historia de las civilizaciones la tranquilidad siempre regresaba ante un plato caliente con aromas familiares. Porque lo que cocinamos y comemos, tiene pasado y futuro. Refleja aunque uno no lo sepa, nuestra identidad, nuestro lugar en la sociedad...y la fortaleza con la que perseguiremos nuestros sueños. Como el de la democracia perfecta.

### **Referencias bibliográficas**

- Drobrynin, A. *En confianza*. Fondo de la Cultura Económica. México: 1998.
- Hogan, D.G. *Selling 'Em by the sack*. New York University Press. Nueva York: 1997.
- Huteau, J. y Ullmann, B. *Une histoire de la AFP*. Edit. Robert Laffon. París: 1990.
- Pounds, Norman J. G. *La vida cotidiana: historia de la cultura material*. Edit. Crítica, Barcelona, España: 1992.
- Revel, Jean-François. *Un festín en palabras*. Tusquets editores, Barcelona, España: 1980.
- Scholosser, E. *Fast Food*. Edit. Random House Mondadori. Barcelona, España: 2002.

**Referencias hemerográficas**

Soria, A. (2009). “La libertad en un mordisco”. En: *El Nacional*. Caracas. 19 de noviembre 2009.