



La historia del mundo en seis tragos

De la conquista del río Amazonas a la Coca-Cola

TOM STANDEGE

DEBATE

Annotation

La historia del mundo en seis tragos presenta una visión original y rigurosa de la historia universal, siguiendo a la humanidad desde la Edad de Piedra hasta el siglo XXI de la mano de la cerveza, el vino, los licores, el café, el té y la Coca-Cola. La cerveza, nacida en el Creciente Fértil, era tan importante para las primeras civilizaciones egipcias y mesopotámicas que se usaba como medio de pago. La edad dorada de la antigua Grecia fue también la era del vino, que se convirtió en la principal exportación del vasto comercio marítimo griego. Los licores como el brandy o el ron reconfortaron a los marineros en los interminables viajes de los grandes exploradores y contribuyeron al horror que supuso el comercio de esclavos. Aunque el café surgió en el mundo árabe, estimuló el pensamiento innovador y revolucionario durante la Edad de la Razón, cuando los cafés se convirtieron en lugares de intercambio intelectual. Siglos después de que los chinos comenzaran a beber té, esta infusión se hizo tan popular en el Reino Unido que empezó a marcar la política exterior británica en pleno apogeo de su imperio. Las bebidas carbonatadas fueron inventadas en Europa a finales del siglo XVIII, pero se convirtieron en un fenómeno del siglo XX, cuando Coca-Cola se erigió en el emblema de la globalización.

Tom Standage

La historia del mundo en seis tragos

Introducción: Fluidos vitales

No existe historia de la humanidad, existen solo muchas historias de todo tipo de aspectos de la vida humana.

Karl Popper, filósofo de la ciencia (1902-1994)

La sed es más mortífera que el hambre. Privada de comida, una persona puede sobrevivir durante unas semanas, pero sin aportación de líquidos le hará falta suerte para durar más de unos pocos días. Tan solo respirar es más importante. Hace decenas de millares de años, los primeros humanos que buscaban sustento en pequeños grupos tenían que permanecer cerca de ríos, arroyos y lagos para asegurarse un suministro adecuado de agua dulce, puesto que almacenarla o transportarla no resultaba práctico. La disponibilidad de agua restringió y guió el progreso de la humanidad. Las bebidas no han dejado de conformar la historia humana desde entonces.

Solo en los últimos diez mil años más o menos han surgido otras sustancias que desafiaran la supremacía del agua. Se trata de bebidas que no se encuentran de manera natural, sino que deben producirse de manera deliberada. Además de ofrecer una alternativa más segura a las reservas de agua contaminadas y portadoras de enfermedades de los asentamientos humanos, esos nuevos fluidos han desempeñado diversos papeles. Muchos de ellos han sido utilizados como moneda, en ritos religiosos, como símbolos políticos o como fuentes de inspiración filosófica y artística. Algunos han servido para enfatizar el poder y el estatus de la élite y otros para subyugar o aplacar a los oprimidos. Se han utilizado bebidas para celebrar nacimientos, conmemorar muertes y forjar y reforzar lazos sociales; para sellar transacciones comerciales y tratados, para agudizar los sentidos o embotar el cerebro, para administrar medicinas salvadoras y venenos mortales.

Con el flujo y reflujo de las mareas de la historia, diferentes bebidas han alcanzado preponderancia en distintas épocas, lugares y culturas, desde los poblados de la Edad de Piedra a los salones de la Grecia clásica o los cafés de la Ilustración. Cada una se hizo popular al satisfacer una necesidad peculiar o confluir con una tendencia histórica; en algunos casos, en su momento llegó a influir en el curso de la historia por vías inesperadas. Del

mismo modo en que los arqueólogos dividen la historia en distintos períodos según el uso de diferentes materiales -la Edad de Piedra, la Edad de Bronce, la Edad de Hierro, etcétera-, también es posible dividir la historia mundial en períodos dominados por diversas bebidas. Seis en concreto -cerveza, vino, licores, café, té y refrescos a base de cola- reflejan el transcurso de la historia mundial. Tres contienen alcohol y otras tres cafeína, pero lo que todas tienen en común es que cada una de ellas fue la bebida por excelencia durante un período histórico fundamental, desde la Antigüedad hasta el momento presente.

El acontecimiento que puso a la humanidad en el camino hacia la modernidad fue la adopción de la agricultura, que empezó con la domesticación de los cereales, producida por primera vez en Oriente Próximo hace aproximadamente diez mil años y acompañada de la aparición de una variedad rudimentaria de cerveza. Las primeras civilizaciones surgieron unos cinco mil años después en Mesopotamia y Egipto, dos culturas paralelas basadas en un excedente de cereales producto de la agricultura organizada a gran escala. Este hecho liberó a un pequeño sector de la población de la necesidad de trabajar en los campos e hizo posible la aparición de sacerdotes, administradores, escribas y artesanos especializados. La cerveza no solo nutrió a los habitantes de las primeras ciudades, sino que, junto con el pan, sirvió para pagar sus salarios y raciones, ya que los cereales eran la base de la economía.

La floreciente cultura que se desarrolló en las ciudades-estado de la antigua Grecia en el I milenio a.E.C. generó avances en filosofía, política, ciencia y literatura que todavía sustentan el pensamiento occidental moderno. El vino fue la esencia de esa civilización mediterránea y la base de un intenso comercio marítimo que contribuyó a extender las ideas griegas de uno a otro confín. Se debatía sobre política, poesía y filosofía en fiestas formales, o simposio, en las que los participantes bebían de un recipiente compartido de vino diluido. La difusión del consumo de vino prosiguió en tiempos de los romanos, la estructura de cuya jerárquica sociedad se reflejaba en una estratificación minuciosamente calibrada de vinos y clases de vino. Dos de las principales religiones del mundo dictaron veredictos opuestos sobre la bebida: el ritual cristiano de la eucaristía tenía el vino como elemento central, pero tras el declive del Imperio romano y el auge del Islam, el vino fue prohibido en la misma región donde nació.

El renacimiento del pensamiento occidental un milenio después de la caída de Roma fue detonado por el redescubrimiento del saber griego y romano, gran parte del cual había sido salvaguardado y extendido por los eruditos del mundo árabe. Al mismo tiempo, los exploradores europeos, impulsados por el deseo de sortear el monopolio árabe del comercio con Oriente, navegaron hacia el oeste hasta América y hacia el este hasta la India y China. Se establecieron rutas marítimas globales y las naciones europeas compitieron entre ellas para repartirse el orbe. Durante la época de las exploraciones saltó a la palestra una nueva gama de bebidas, elaboradas mediante la destilación, un proceso alquímico conocido en el mundo antiguo pero perfeccionado por los estudiosos árabes. Las bebidas destiladas proporcionaron alcohol de una forma consistente y duradera, idónea para el transporte marítimo. Bebidas como el coñac, el ron y el whisky se utilizaron como moneda para comprar esclavos y alcanzaron una especial popularidad en las colonias norteamericanas, donde llegaron a provocar tanta controversia política que desempeñaron un papel clave en la formación de Estados Unidos.

A renglón seguido de esa expansión geográfica llegó su contra- parada intelectual, cuando los pensadores occidentales miraron más allá de las arraigadas creencias heredadas de los griegos y formularon nuevas teorías científicas, políticas y económicas. La bebida dominante de esa Edad de la Razón fue el café, una infusión misteriosa que se puso de moda en Europa tras su importación desde Oriente Próximo. Los establecimientos que surgieron para servir café poseían un carácter marcadamente distinto de las tabernas que vendían bebidas alcohólicas, y se convirtieron en centros de intercambio comercial, político e intelectual. El café fomentaba la claridad de pensamiento, por lo que era la bebida ideal de científicos, hombres de negocios y filósofos. Las tertulias de café condujeron a la fundación de sociedades científicas, periódicos e instituciones económicas, y proporcionaron un terreno abonado para el pensamiento revolucionario, sobre todo en Francia.

En algunos países europeos, y ante todo en Gran Bretaña, el café tuvo que enfrentarse a la competencia del té importado de China. Su popularidad en Europa contribuyó a la apertura de lucrativas rutas comerciales con Oriente y sustentó el imperialismo y la industrialización a una escala sin precedentes que permitió a Gran Bretaña convertirse en la primera superpotencia mundial. Una vez que el té se consagró como bebida nacional

británica, el deseo de mantener su suministro tuvo efectos trascendentales en la política exterior del país, tanto que contribuyó a la independencia de Estados Unidos, el debilitamiento de la antigua civilización china y el establecimiento de la producción de té en la India a escala industrial.

Aunque las bebidas carbonatadas artificialmente tuvieron su origen en la Europa de finales del XVIII, el refresco alcanzó la mayoría de edad con la invención de la Coca-Cola cien años más tarde. Ideada en un principio como estimulante medicinal por un farmacéutico de Atlanta, se convirtió en la bebida nacional de Estados Unidos, un emblema del pujante capitalismo de consumo que ayudó a transformar el país en una superpotencia. Al viajar con los soldados estadounidenses en las diversas guerras que libraron por todo el mundo a lo largo del siglo XX, la Coca-Cola pasó a convertirse en el producto más conocido y distribuido del mundo, y en la actualidad es un icono del controvertido avance hacia un único mercado global.

Las bebidas poseen un vínculo más estrecho con el flujo de la historia de lo que suele reconocerse, y una mayor influencia en su curso. Comprender las ramificaciones de quién bebía qué, y por qué y de dónde lo sacó, exige un recorrido por muchas disciplinas de otro modo independientes: las historias de la agricultura, la filosofía, la religión, la medicina, la tecnología y el comercio. Las seis bebidas destacadas en este libro muestran la compleja interacción de diferentes civilizaciones y la interconexión de las culturas mundiales. Hoy sobreviven en nuestros hogares como recordatorios de épocas pasadas, testamentos fluidos de las fuerzas que dieron forma al mundo moderno. Desvelen sus orígenes, y tal vez nunca vuelvan a ver su bebida predilecta con los mismos ojos.

LA CERVEZA EN MESOPOTAMIA Y EGIPTO

1. Un caldo de la Edad de Piedra

La fermentación y la civilización son inseparables.
John Ciardi, poeta estadounidense (1916-1986)

Una pinta de prehistoria

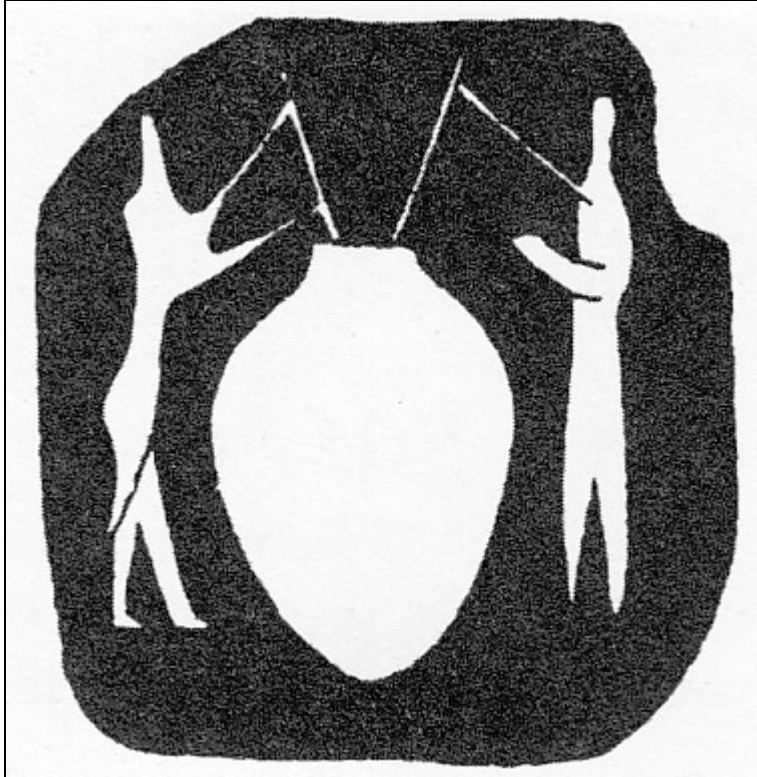
Los humanos que emigraron desde África hace unos cincuenta mil años viajaban en pequeños grupos nómadas de quizá treinta miembros y vivían en cuevas, cabañas o tiendas de campaña hechas de pieles. Cazaban, capturaban pescado y marisco y recolectaban plantas comestibles, mientras se desplazaban de un asentamiento temporal a otro para explotar los suministros de alimentos estacionales. Sus herramientas incluían el arco y las flechas, los anzuelos y las puntas. Sin embargo, hace unos doce mil años se produjo una transición extraordinaria. Los humanos de Oriente Próximo abandonaron el antiguo estilo de vida de los cazadores-recolectores del Paleolítico (la Edad de Piedra Antigua) y en su lugar empezaron a practicar la agricultura, asentándose en aldeas que con el tiempo crecieron para convertirse en las primeras ciudades del mundo. También desarrollaron nuevas tecnologías, entre ellas la cerámica, los vehículos con ruedas y la escritura.

Desde la aparición en África, hace unos ciento cincuenta mil años, de los humanos «anatómicamente modernos» (el *Homo sapiens sapiens*), el agua había sido la bebida básica de la humanidad. Fluido de primordial importancia, constituye dos tercios del cuerpo humano y sin él no puede existir vida alguna en la Tierra. Sin embargo, con la transición del estilo de vida de los cazadores-recolectores a un modelo más sedentario, los humanos empezaron a confiar en una nueva bebida derivada de la cebada y el trigo, cereales que fueron las primeras plantas que se cultivaron de manera deliberada. Esa bebida se volvió crucial para la vida social, religiosa y económica, y fue el sustento líquido básico de las primeras civilizaciones.

Se trata de la bebida que ayudó a la humanidad a dar los primeros pasos en el camino hacia el mundo moderno: la cerveza.

No se conoce con exactitud cuándo se elaboró la primera cerveza. Puede darse casi por seguro que la cerveza no existía antes de 10000 a.E.C., pero estaba extendida en Oriente Próximo hacia 4000 a.E.C., cuando aparece en un pictograma de Mesopotamia, región que se corresponde con el Irak actual, en la que se pueden ver dos figuras que beben cerveza con cañitas de junco de un gran recipiente de cerámica (la antigua cerveza tenía granos, broza y otros residuos flotando en la superficie, de modo que era necesaria una pajita para evitar tragárselos).

Dado que los primeros ejemplos de escritura datan de alrededor de 3400 a.E.C., los tempranos documentos escritos no pueden arrojar una luz directa sobre los orígenes de la cerveza. Sin embargo, lo que está claro, es que su auge estuvo estrechamente relacionado con la domesticación de los cereales con los que se elabora y con la adopción de la agricultura. Vio la luz durante un período turbulento de la historia humana que presencié la transición de un estilo de vida nómada a otro sedentario, seguida por un repentino aumento de la complejidad social cuya manifestación más llamativa fue la aparición de las ciudades. La cerveza es un vestigio líquido de la prehistoria humana, y sus orígenes están estrechamente entrelazados con los de la propia civilización.

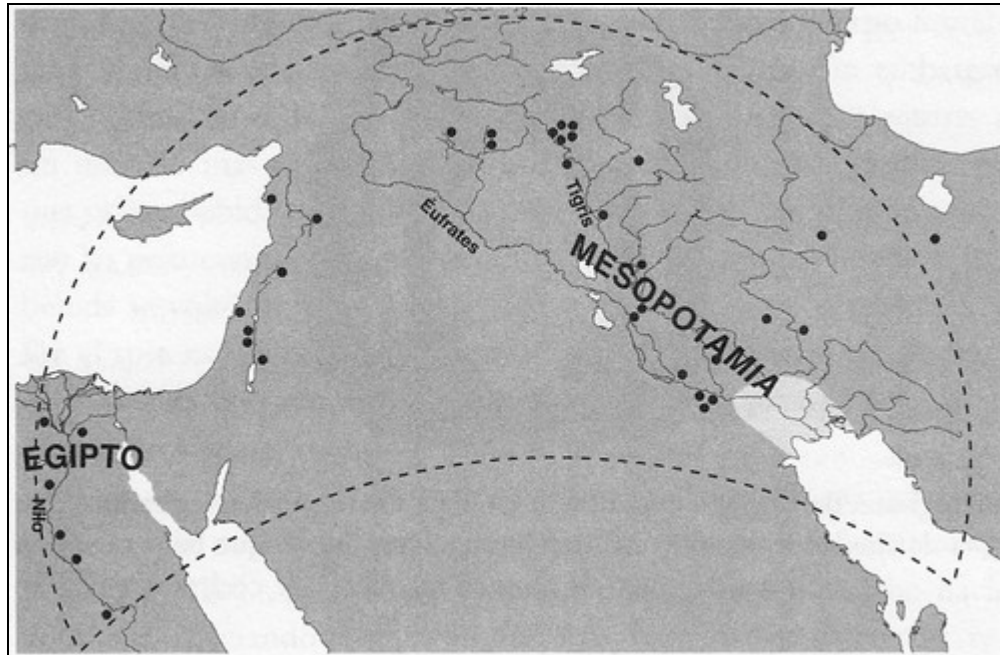


Pictograma de un sello encontrado en Tepe Garra, en Mesopotamia, que data de alrededor de 4000 a.E.C. Muestra a dos figuras que beben cerveza con cañitas de junco de un gran recipiente de cerámica

El descubrimiento de la cerveza

La cerveza no fue inventada, sino descubierta. Su descubrimiento se hizo inevitable una vez que la recolección del grano silvestre se difundió tras el final de la última glaciación, en torno a 10000 a.E.C., en una región conocida como Creciente Fértil. Dicha zona se extiende desde el Egipto actual por la costa mediterránea hasta el extremo sudoeste de Turquía, y desde allí hacia abajo hasta la frontera entre Irak e Irán. Debe su nombre a un feliz accidente geográfico. Cuando terminó la época glacial, las tierras altas de la región proporcionaron un entorno idóneo para las ovejas, cabras, reses y cerdos salvajes y, en algunas zonas, para densas concentraciones de trigo y cebada silvestres. Eso significaba que el Creciente Fértil ofrecía frutos-inusualmente ricos para los grupos errantes de cazadores-recolectores

humanos. No solo cazaban animales y recolectaban plantas comestibles, sino que también recogían los abundantes cereales que crecían de forma silvestre en la región.



El Creciente Fértil, una región de Oriente Próximo donde los humanos adoptaron por primera vez la agricultura y fundaron asentamientos a gran escala (marcados con puntos negros)

Esos granos ofrecían una fuente de alimento de escasa importancia pero fiable. Aunque crudos resultan inadecuados para el consumo, pueden volverse comestibles si se los machaca o aplasta de cualquier manera y luego se los empapa en agua. En un principio, lo más probable es que los mezclaran sin más en una sopa. Se habría mezclado con agua una serie de ingredientes como pescado, frutos secos y bayas en una cesta revestida de yeso o betún. Después echaban dentro piedras calentadas al fuego mediante un palo ahorquillado. Los cereales contienen minúsculos gránulos de almidón, y cuando se los moja en agua caliente absorben la humedad y luego estallan, con lo que liberan el almidón en la sopa y la espesan de manera considerable.

Se descubrió pronto que los granos de cereal presentaban otra propiedad interesante: a diferencia de otros comestibles, podían almacenarse para su consumo durante meses o incluso años, siempre que se

los mantuviera secos y en condiciones salubres. Cuando no había más productos alimenticios disponibles para hacer sopa, podían emplearse solos para elaborar unas gachas espesas o un caldo más claro. Ese descubrimiento condujo al desarrollo de herramientas y técnicas para recolectar, procesar y almacenar el grano. Precisaba una buena dosis de esfuerzo, pero proporcionaba un modo de protegerse de eventuales períodos de escasez de alimentos. A lo largo y ancho del Creciente Fértil existen testimonios arqueológicos, de alrededor de 10000 a.E.C., de hoces con el filo de sílex para recolectar cereales, cestas tejidas para transportarlos, hogares de piedra para secarlos, pozos subterráneos para almacenarlos y muelas para procesarlos.

Aunque con anterioridad los cazadores-recolectores habían llevado una vida más bien semisedentaria que nómada por completo, desplazándose de un refugio temporal o estacional a otro, la capacidad de almacenar cereales empezó a animar a estos grupos a permanecer en un mismo lugar. Un experimento realizado en la década de 1960 muestra por qué. Un arqueólogo utilizó una hoz con la hoja de sílex para constatar la eficacia con la que una familia prehistórica podría haber recolectado cereales silvestres, que todavía crecen en algunas regiones de Turquía. En una hora recogió más de un kilo de grano, lo que sugería que una familia que trabajara jornadas de ocho horas durante tres semanas habría sido capaz de recolectar lo suficiente para proporcionar medio kilo de grano al día a cada miembro de la familia durante un año. Sin embargo, eso habría significado permanecer cerca de las concentraciones de cereales silvestres para garantizar que la familia no se perdiera el momento más apropiado para recolectarlos. Y tras haber recogido una gran cantidad de grano, no les habría parecido conveniente dejarlo sin protección.

El resultado fueron los primeros asentamientos permanentes, como los establecidos en la costa oriental del Mediterráneo desde alrededor de 10000 a.E.C. Estaban formados por sencillas cabañas de planta circular con tejados sostenidos por postes de madera y suelos hundidos hasta un metro en la tierra. Solían tener un hogar para hacer fuego, un suelo pavimentado con piedras y cuatro o cinco metros de diámetro. Una aldea tipo consistía en unas cincuenta cabañas que albergaban a una comunidad de doscientas o trescientas personas. Aunque los habitantes de esos poblados seguían cazando animales salvajes, como gacelas, ciervos y jabalíes, los esqueletos encontrados sugieren que subsistían gracias a una dieta eminentemente

vegetal a base de bellotas, lentejas, garbanzos y cereales, que en esa fase todavía se recogían en estado silvestre, en lugar de cultivarse de manera deliberada.

Los cereales, que empezaron siendo productos alimenticios de escasa importancia relativa, adquirieron una mayor relevancia a partir del descubrimiento de que poseían dos propiedades inusuales más. La primera era que el grano mojado en agua, hasta que empezaba a germinar, sabía dulce. Era difícil conseguir pozos de almacenamiento perfectamente herméticos, de modo que esa propiedad debió de manifestarse en cuanto los humanos empezaron a almacenar cereales. Hoy día se conoce la causa de dicho sabor dulce: el grano mojado produce la enzima diastasa, que convierte el almidón en azúcar de maltosa, o malta (ese proceso se da en todos los cereales, pero la cebada produce, con diferencia, la mayor cantidad de diastasa y por ende de azúcar de maltosa). En una época en que se disponía de pocas fuentes más de azúcar, el sabor dulce de ese grano «malteado» habría sido muy apreciado, lo que provocó el desarrollo de técnicas de malteado intencionado mediante las que el grano se remojada para luego secarlo.

El segundo hallazgo fue más trascendental si cabe. El caldo que no se consumía en unos cuantos días sufría una misteriosa transformación, en particular si se había elaborado con grano malteado: se volvía un poco efervescente y agradablemente embriagador, ya que la acción de las levaduras silvestres del aire fermentaba el azúcar del caldo convirtiéndolo en alcohol. El caldo, en una palabra, se volvía cerveza.

Aun así, la cerveza no fue necesariamente la primera variedad de alcohol que llegó a los labios humanos. En el momento del descubrimiento de la cerveza ya se habría producido alcohol de manera natural en pequeñas cantidades, fruto de la fermentación accidental del zumo de frutas (en vino) o del agua y la miel (en hidromiel) al intentar almacenar alguno de esos productos. Sin embargo, la fruta es estacional y se estropea con facilidad, la miel silvestre solo estaba disponible en pequeñas cantidades y ni el vino ni la hidromiel podían almacenarse durante mucho tiempo sin cerámica, que no surgió hasta alrededor de 6000 a.E.C. La cerveza, en cambio, podía fabricarse a partir de las cosechas de cereales, que eran abundantes y fáciles de almacenar, lo que permitía elaborar cerveza de manera fiable, y en grandes cantidades, cuando era necesario. Mucho antes de que se dispusiera de cerámica podría haberse fermentado en cestas embreadas, bolsas de

cuero o estómagos de animales, árboles vaciados, conchas grandes o recipientes de piedra. Las conchas se utilizaban para cocinar en fecha tan reciente como el siglo XIX en la cuenca amazónica, y el sahti, una cerveza tradicional elaborada en Finlandia, todavía se fermenta en la actualidad en árboles vaciados.

Una vez realizado el crucial descubrimiento de la cerveza, se mejoró su calidad mediante ensayo y error. Cuanto más grano malteado hay en el caldo original, por ejemplo, y más tiempo se deja fermentar, más fuerte es la cerveza. Más malta significa más azúcar, y una fermentación más larga significa que una mayor cantidad de ese azúcar se convierte en alcohol. Cocinar a conciencia el caldo también contribuye a que la cerveza sea más fuerte. El proceso de malteado solo convierte en azúcar alrededor de un 15 por ciento del almidón contenido en los granos de cebada, pero cuando se mezcla la cebada malteada con agua y se hierve, otras enzimas transformadoras del almidón, que entran en actividad a temperaturas más altas, producen más azúcar para que luego la levadura lo transforme en alcohol.

Los antiguos cerveceros también repararon en que utilizar el mismo recipiente de manera repetida para el proceso producía unos resultados más fiables. Registros históricos posteriores procedentes de Egipto y Mesopotamia muestran que los cerveceros siempre llevaban encima sus propias «cubas», y un mito mesopotámico hace referencia a «recipientes que hacen buena la cerveza». El uso repetido de la misma cuba propiciaba una fermentación exitosa porque había cultivos de levadura que se alojaban en las grietas y fisuras del recipiente, de modo que no hacía falta confiar en la más caprichosa levadura natural. Por último, el añadido de bayas, miel, especias, hierbas y otros condimentos al caldo alteraba de diversos modos el sabor de la cerveza resultante. A partir de ahí, y durante miles de años, se descubrió cómo elaborar una gama de cervezas de diferente fuerza y sabor para distintas ocasiones.

Fuentes egipcias posteriores mencionan al menos diecisiete clases de cerveza, algunas denominadas con términos tan poéticos que suenan a los oídos modernos casi como eslóganes de publicidad: diferentes cervezas eran conocidas como «la hermosa y buena», «la celestial», «la portadora de alegría», «el complemento a la comida», «la abundante» o «la fermentada». Las cervezas utilizadas en ceremonias religiosas también recibían nombres especiales. Del mismo modo, las primeras referencias escritas a la cerveza

en Mesopotamia, en el III milenio a.E.C., citan más de veinte clases distintas, entre ellas cerveza fresca, cerveza oscura, cerveza fresca oscura, cerveza fuerte, cerveza roja morena, cerveza ligera y cerveza prensada. La cerveza roja morena era una variedad oscura que se elaboraba usando malta adicional, mientras que la prensada era una cerveza más floja y aguada, que contenía menos grano. Los cerveceros mesopotámicos también podían controlar el sabor y el color de su cerveza añadiendo diferentes tipos de *bappir* o pan de cerveza. Para hacer *bappir*, se amasaba la cebada germinada en pequeñas hogazas que se horneaban dos veces para producir un pan marrón oscuro, crujiente y sin levadura que podía almacenarse durante años antes de verse desmigajado en la cuba del cervecero. Las fuentes indican que el *bappir* se guardaba en almacenes gubernamentales y solo se consumía en períodos de escasez de alimentos; más que un comestible era un modo conveniente de almacenar la materia prima para elaborar cerveza.

El uso mesopotámico del pan para la fermentación ha provocado muchos debates entre los arqueólogos, algunos de los cuales han sugerido que el pan, en consecuencia, debía de ser un derivado de la elaboración de cerveza, mientras que otros sostienen que primero fue el pan y solo después se utilizó como ingrediente en la cerveza. Sin embargo, parece más verosímil que tanto el pan como la cerveza derivaran de las gachas. Unas gachas espesas podían cocerse al sol o en una piedra caliente para hacer obleas de pan; unas gachas claras podían dejarse fermentar para obtener cerveza. Eran dos caras de la misma moneda: el pan era cerveza sólida, y la cerveza era pan líquido.

¿Bajo la influencia de la cerveza?

Dado que la escritura todavía no se había inventado, no existen fuentes escritas que atestigüen la importancia social y ritual de la cerveza en el Creciente Fértil durante la Edad de Piedra Nueva, o Neolítico, entre 9000 a.E.C. y 4000 a.E.C. Sin embargo, a partir de los escritos posteriores puede inferirse mucho sobre el papel que desempeñaba la cerveza en las primeras civilizaciones que utilizaron la escritura, los sumerios de Mesopotamia y los

antiguos egipcios. De hecho, las tradiciones culturales relacionadas con la cerveza son tan duraderas que algunas de ellas sobreviven hoy día.

Desde el principio, parece que la cerveza poseyó una importante función de bebida social. Las descripciones sumerias de la cerveza del III milenio a.E.C. por lo general muestran a dos personas que beben con cañitas de junco de un recipiente compartido. En los tiempos de los sumerios, sin embargo, ya era posible filtrar los granos, la broza y el resto de residuos de la cerveza, y la llegada de la cerámica significó que podía servirse con facilidad en jarras individuales. El que aun así los bebedores de cerveza figuren con tanta frecuencia empleando cañitas sugiere que se trataba de un ritual que persistió incluso cuando estas ya no eran necesarias.

La explicación más probable para tal preferencia es que, a diferencia de la comida, las bebidas pueden compartirse de manera genuina. Cuando varias personas beben cerveza del mismo recipiente, todas consumen el mismo líquido; cuando se corta un trozo de carne, en cambio, suele considerarse algunas partes más apetecibles que otras. Como resultado, compartir una bebida con alguien es un símbolo universal de hospitalidad y amistad. Da a entender que la persona que ofrece la bebida es de confianza, al demostrar que esta no está envenenada ni resulta inadecuada para el consumo. La primera cerveza, fermentada en un recipiente primitivo en una época anterior a los vasos individuales, debía de compartirse a la fuerza. Aunque ya no es costumbre ofrecer a los invitados una cañita para beber de una cuba común de cerveza, el té o el café de hoy puede ofrecerse de un recipiente compartido, o una copa de vino o licor de una misma botella. Y cuando se bebe alcohol en un entorno social, el tintineo de las copas reúne simbólicamente los vasos en un único recipiente de líquido compartido. Son tradiciones con unos orígenes muy antiguos.

No menos antigua es la noción de que las bebidas, y en particular las bebidas alcohólicas, poseen propiedades sobrenaturales. Para los bebedores del Neolítico, la capacidad de la cerveza para embriagar e inducir un estado alterado de consciencia se antojaba mágica. Lo mismo sucedía con el misterioso proceso de la fermentación, que transformaba un vulgar caldo en cerveza. La conclusión obvia era que la cerveza era un don de los dioses; por consiguiente, muchas culturas tienen mitos que explican cómo los dioses inventaron la cerveza y luego enseñaron a la humanidad a elaborarla. Los egipcios, por ejemplo, creían que la cerveza había sido descubierta de manera accidental por Osiris, el dios de la agricultura y rey del más allá. Un

día preparó una mezcla de agua y grano germinado, pero se olvidó de ella y la dejó al sol. Más tarde regresó para descubrir que las gachas habían fermentado y decidió beberlas; el resultado le complació tanto que transmitió su conocimiento a la humanidad (esta leyenda parece ajustarse bastante al modo en que probablemente fue descubierta la cerveza en la Edad de Piedra). Otras culturas bebedoras de cerveza narran historias parecidas.

Dado que la cerveza era un regalo de los dioses, también era una elección lógica como ofrenda religiosa. Está comprobado que los sumerios y los egipcios la utilizaban en ceremonias religiosas, ritos agrícolas de fertilidad y funerarios, de modo que parece probable que su uso religioso venga de más atrás todavía. De hecho, todas las culturas bebedoras de cerveza parecen tener en común la relevancia religiosa de dicha bebida, ya sea en América, África o Eurasia. Los incas ofrecían su cerveza, llamada chicha, al sol naciente en una copa dorada, y la derramaban en el suelo o escupían el primer sorbo como ofrenda a los dioses de la Tierra; los aztecas ofrecían su cerveza, llamada pulque, a Mayahuel, la diosa de la fertilidad. En China utilizaban cervezas elaboradas a partir de mijo y arroz en rituales funerarios y otras ceremonias. La práctica de alzar una copa para desearle a alguien buena salud, un matrimonio feliz o un tránsito seguro al más allá, o para celebrar la coronación con éxito de un proyecto, es el eco moderno de la antigua idea de que el alcohol tiene el poder de invocar a las fuerzas sobrenaturales.

Cerveza y agricultura, semillas de la modernidad

Algunos antropólogos han llegado a sugerir que la cerveza podría haber desempeñado un papel fundamental en la adopción de la agricultura, uno de los hitos de la historia humana. El cultivo allanó el camino para el surgimiento de la civilización, al crear excedentes de comida, liberar a algunos miembros de la sociedad de la necesidad de producir alimentos y permitirles especializarse en actividades y artesanías particulares, con lo que la humanidad se situó en el camino hacia el mundo moderno. Eso sucedió por primera vez en el Creciente Fértil, aproximadamente a partir de

9000 a.E.C., cuando los humanos empezaron a cultivar cebada y trigo de manera deliberada, en lugar de limitarse a recolectar el grano silvestre para su consumo y almacenamiento.

Por supuesto, la transición de la caza y la recolección a la agricultura fue un proceso gradual que duró varios miles de años, a medida que los cultivos sembrados deliberadamente desempeñaban un papel cada vez más significativo en la dieta. Aun así, en el contexto general de la historia humana, sucedió en un abrir y cerrar de ojos. Los humanos eran cazadores-recolectores desde que la humanidad se había separado de los simios, unos siete millones de años antes; entonces, de repente, se pusieron a cultivar la tierra. Todavía existe un encendido debate sobre el motivo exacto por el que surgió la agricultura y sobre por qué lo hizo en aquel preciso momento, y existen decenas de teorías al respecto. Quizá la cantidad de alimento disponible para los cazadores-recolectores del Creciente Fértil disminuyera, por ejemplo, bien a causa de cambios climáticos o porque alguna especie murió o se extinguió por culpa de la caza. Otra posibilidad es que un estilo de vida más sedentario (pero aun así de caza y recolección) aumentara la fertilidad humana y permitiera a la población crecer y crear demanda de nuevas fuentes de alimentos. O quizá, una vez que se descubrió la cerveza y su consumo adquirió importancia social y ritual, cundió un mayor deseo de asegurar la disponibilidad de grano por medio del cultivo deliberado, para no tener que depender de los cereales silvestres. Según este punto de vista, la agricultura se adoptó en parte para mantener el suministro de cerveza.

Por tentador que resulte atribuir la adopción de la agricultura por completo a la cerveza, lo más probable es que su consumo fuera solo uno de los muchos factores que contribuyeron a inclinar la balanza hacia un estilo de vida sedentario basado en pequeños asentamientos, a expensas de la caza y la recolección. En cuanto empezó esta transición, se puso en marcha un mecanismo irreversible: cuanto más dependía una comunidad concreta del cultivo como medio de producción de alimentos y más crecía su población, más difícil era regresar al antiguo estilo de vida nómada basado en la caza y la recolección.

El consumo de cerveza también habría contribuido a la transición hacia la agricultura de una manera más sutil. Dado que el almacenamiento de cerveza a largo plazo resultaba difícil, y la fermentación completa requiere hasta una semana, la mayor parte de la cerveza se habría bebido mucho antes, cuando todavía se estaba fermentando. Esa cerveza habría

poseído un contenido alcohólico relativamente bajo para los estándares modernos, pero habría sido rica en levadura suspendida, que mejoraba drásticamente su contenido proteínico y vitamínico. El elevado nivel de vitamina B, en particular, habría compensado el descenso del consumo de carne, fuente habitual de esa vitamina, a medida que la caza daba paso a la agricultura.

Además, dado que se elaboraba empleando agua hirviendo, la cerveza era una bebida más segura que el agua, que se contaminaba con rapidez de residuos humanos incluso en los asentamientos más pequeños. Aunque hasta los tiempos modernos no se relacionó el agua contaminada con la mala salud, los humanos aprendieron enseguida a recelar de los depósitos de agua desconocidos y a beber cuando fuera posible de arroyos limpios y alejados de los asentamientos humanos (los cazadores-recolectores no tenían que preocuparse de las reservas de agua contaminadas, ya que vivían en grupos pequeños y móviles y dejaban atrás sus residuos humanos al desplazarse). En otras palabras, la cerveza ayudó a compensar el descenso en la calidad de la comida cuando las personas adoptaron la agricultura, proporcionó una variedad segura de nutrición líquida y aportó a los grupos de agricultores bebedores de cerveza una ventaja nutricional comparativa sobre los que no la consumían.

La agricultura se extendió a lo largo y ancho del Creciente Fértil entre 7000 a.E.C. y 5000 a.E.C., a medida que se domesticaba un número cada vez mayor de plantas y animales (empezando por las ovejas y las cabras) y las nuevas técnicas de irrigación posibilitaban el cultivo en las cálidas y secas tierras bajas de Mesopotamia y el valle del Nilo de Egipto. Una típica aldea de la época consistía en cabañas de arcilla y esteras de junco, y tal vez algunas residencias algo más espléndidas construidas con ladrillos de barro secado al sol. Más allá del poblado se extenderían los campos donde se plantaban cereales, dátiles y otras clases de cultivos, con algunas ovejas y varios bueyes atados o encerrados en un corral en las inmediaciones. Las aves salvajes, la pesca y la caza, cuando las había, complementaban la dieta de los aldeanos. Se trataba de un estilo de vida muy diferente de la caza y la recolección de apenas unos miles de años antes. La transición hacia una sociedad aún más compleja había comenzado. Los asentamientos de ese período a menudo poseían un almacén donde se guardaban los objetos de valor, entre ellos los artículos sagrados y las reservas de excedentes de

alimentos. Los almacenes eran sin duda comunales, ya que eran mucho mayores de lo que habría necesitado cualquier unidad familiar.

Mantener el excedente de alimentos en el almacén era un modo de prevenirse de una eventual escasez; la actividad ritual y religiosa, mediante la que se encomendaba a los dioses que garantizaran una buena cosecha, era otro. A medida que las dos actividades comenzaron a entrelazarse, los depósitos de excedentes de alimentos empezaron a contemplarse como *ofrendas* a los dioses, y los almacenes se convirtieron en templos. Para asegurar que todos los habitantes aportaban su granito de arena, las contribuciones al almacén común se registraban mediante pequeñas fichas de arcilla, que se encuentran en todo el Creciente Fértil desde una fecha tan temprana como 8000 a.E.C. Semejantes contribuciones eran justificadas como ofrendas religiosas por los administradores-sacerdotes que vivían del excedente de alimentos y dirigían las actividades comunales, como la construcción de edificios y el mantenimiento de los sistemas de irrigación. Así se sembraron las semillas de la contabilidad, la escritura y la burocracia.

La idea de que la cerveza proporcionó parte del impulso para este drástico cambio en la naturaleza de la actividad humana tras millones de años de caza y recolección sigue siendo controvertida. Sin embargo, la mejor prueba de la importancia de la cerveza en los tiempos prehistóricos es su extraordinaria relevancia para los pobladores de las primeras grandes civilizaciones, puesto que, aunque los orígenes de esta antigua bebida permanecen inevitablemente envueltos en el misterio y la conjetura, de lo que no cabe duda es de que la vida cotidiana de egipcios y mesopotámicos, jóvenes y viejos, ricos y pobres, estuvo impregnada de cerveza.

2. Cerveza civilizada

El placer es la cerveza. El malestar es una expedición.

Proverbio mesopotámico, c. 2000 a.E.C.

La boca de un hombre perfectamente satisfecho está llena de cerveza.

Proverbio egipcio, c 2200 a.E.C.

La revolución urbana

Las primeras ciudades del mundo surgieron en Mesopotamia, «la tierra entre dos ríos», nombre concedido a la zona situada entre los ríos Tigris y Eufrates que se corresponde, grosso modo, con el moderno Irak. La mayoría de los habitantes de esas ciudades eran agricultores que vivían dentro de las murallas de la ciudad y salían para cuidar de sus campos cada mañana. Los administradores y artesanos que no trabajaban en los campos fueron los primeros humanos que llevaron vidas del todo urbanas. Los vehículos rodados avanzaban lentamente por la red de calles de la ciudad; la gente compraba y vendía sus productos en bulliciosos mercados. Las ceremonias religiosas y las festividades públicas se sucedían en un ciclo tranquilizadamente regular. Incluso los proverbios de la época presentan un hastío familiar, como ilustra este ejemplo: «Quien posee mucha plata quizá sea feliz; quien posee mucha cebada quizá sea feliz; pero quien no posee nada en absoluto puede dormir».

Sigue estando poco claro por qué los seres humanos optaron por vivir en grandes ciudades en lugar de en pequeñas aldeas. Lo más probable es que fuera el resultado de la coincidencia de diversos factores: es posible que prefirieran estar cerca de importantes centros religiosos o comerciales, por ejemplo, y en el caso de Mesopotamia, quizá la seguridad fuera una motivación relevante. La ausencia de fronteras naturales -Mesopotamia es en esencia una gran llanura abierta- significaba que la zona estaba sometida a repetidas invasiones y ataques. Desde alrededor de 4300 a.E.C. las aldeas

empezaron a agruparse hasta formar poblaciones cada vez más grandes y a la larga ciudades, cada una de las cuales ocupaba el centro de su propio sistema de campos y canales de irrigación. Hacia 3000 a.E.C. la ciudad de Uruk, la mayor de su época, tenía una población de unas cincuenta mil personas, y estaba rodeada por un círculo de campos de dieciséis kilómetros de radio. En 2000 a.E.C. casi toda la población de la Mesopotamia meridional vivía en unas pocas decenas de grandes ciudades-estado, entre ellas Uruk, Ur, Lagash, Eridu y Nippur. En adelante Egipto se puso a la cabeza, y sus ciudades, como Menfis y Tebas, crecieron hasta convertirse en las mayores del mundo antiguo.

Estos dos primeros ejemplos de «civilización» -una palabra que significa sencillamente «vivir en ciudades»- diferían en numerosos aspectos. Por ejemplo, la unificación política permitió a la cultura egipcia perdurar casi inalterada durante poco menos de tres mil años, mientras que Mesopotamia fue el escenario de constantes perturbaciones políticas y militares. Sin embargo, eran parecidas en un aspecto esencial: la existencia de ambas culturas fue posible gracias a un excedente agrícola, en concreto un exceso de grano. Ese excedente no solo liberó a una pequeña élite de administradores y artesanos de la necesidad de producir su propio alimento sino que también financió ambiciosas obras públicas, como canales, templos y pirámides. Además de ser el medio lógico de intercambio, el cereal era la base de la dieta tanto en Egipto como en Mesopotamia. Era una especie de dinero comestible, y se consumía tanto en forma sólida como líquida, como pan y como cerveza.

La bebida del hombre civilizado

La historia documentada de la cerveza, y de hecho también de todo lo demás, empieza en Sumeria, una región del sur de Mesopotamia donde comenzó a surgir la escritura en torno a 3400 a.E.C. El hecho de que los mesopotámicos veían el consumo de cerveza como un signo de civilización se pone especialmente de manifiesto en un pasaje del *Poema de Gilgamesh*, la primera gran obra literaria del mundo. Gilgamesh era un rey sumerio que gobernó alrededor de 2700 a.E.C. y cuya biografía idealizaron con

posterioridad en un elaborado mito los sumerios y sus sucesores en la zona, los acadios y los babilonios. La historia narra las aventuras de Gilgamesh con su amigo Enkidu, que empieza como un salvaje que corre desnudo por la naturaleza hasta que una joven le enseña a civilizarse. La muchacha lleva a Enkidu a una aldea de pastores, el primer peldaño en la escalera hacia la elevada cultura de la ciudad, donde

*pusieron comida delante de él,
pusieron cerveza delante de él;
Enkidu no sabía nada sobre comer pan,
y de beber cerveza no le habían enseñado nada.
La joven habló a Enkidu, y dijo:
«Toma la comida, Enkidu, así se vive.
Bebe la cerveza, pues es la costumbre de la tierra».
Enkidu tomó la comida hasta saciarse,
bebió la cerveza -¡siete jarras!- y se puso contento y cantó de alegría.
Estaba entusiasmado y le resplandecía la cara.
Salpicó de agua su cuerpo peludo, y se ungió con aceite,
y se volvió humano.*

La naturaleza primitiva de Enkidu queda demostrada por su falta de familiaridad con el pan y la cerveza; sin embargo, en cuanto los ha consumido y una vez se ha lavado, también él se vuelve humano y está listo para acudir a continuación a Uruk, la ciudad gobernada por Gilgamesh. Los mesopotámicos consideraban el consumo de pan y cerveza como una de las cosas que los distinguían de los salvajes y los hacían plenamente humanos. Es interesante que esa creencia parezca reflejar la relación de la cerveza con un estilo de vida sedentario y ordenado, en lugar de con la existencia azarosa de los cazadores-recolectores de la prehistoria.

La posibilidad de la ebriedad no parece haber hecho nada para socavar la equiparación del consumo de cerveza con la civilización. La mayor parte de las referencias a la ebriedad en la literatura mesopotámica son pícaras y humorísticas: la iniciación de Enkidu como humano, de hecho, implicó emborracharse y cantar. De modo parecido, los mitos sumerios retratan a los dioses como muy falibles, personajes humanos que disfrutaban con la comida y la bebida, a menudo en exceso. Se atribuía a su comportamiento caprichoso la naturaleza precaria e impredecible de la vida sumeria: las cosechas podían echarse a perder y algún ejército intruso podía aparecer en el horizonte en cualquier momento. Las ceremonias religiosas sumerias

incorporaban la presentación de una comida sobre una mesa en el templo ante una imagen divina, seguida por un banquete en el que el consumo de comida y bebida por parte de sacerdotes y fieles invocaba la presencia de los dioses y los espíritus de los muertos.

La cerveza era igual de importante en la antigua cultura egipcia, donde las referencias a ella se remontan casi igual de lejos. Aparece mencionada en documentos de la tercera dinastía, que comenzó en 2650 a.E.C., y se citan diversas variedades de cerveza en los «Textos de las pirámides», los documentos funerarios hallados inscritos en pirámides desde el final de la quinta dinastía, en torno a 2350 a.E.C. (los egipcios desarrollaron su propia variedad de escritura poco después de los sumerios, para registrar tanto transacciones mundanas como hazañas regias, pero sigue sin estar claro si fue un avance independiente o inspirado por sus vecinos). Un estudio de la literatura egipcia descubrió que la cerveza, que en egipcio se llamaba *hekt*, se menciona más veces que cualquier otro alimento. Como en Mesopotamia, se creía que tenía orígenes antiguos y mitológicos, y aparece en plegarias, mitos y leyendas.

Un relato egipcio llega a atribuir a la cerveza haber salvado a la humanidad de la destrucción. Ra, el dios del sol, descubrió que la humanidad conspiraba contra él y mandó a la diosa Hathor a imponer un castigo. Sin embargo, su ferocidad fue tal que Ra temió que pronto no quedara nadie para venerarlo, y se apiadó de la humanidad. Preparó una ingente cantidad de cerveza -siete mil jarras, en algunas versiones de la historia-, la riñó de rojo para que pareciera sangre y la diseminó por los campos, donde resplandeció como un inmenso espejo. Hathor se detuvo a admirar su reflejo y luego se agachó para beber un poco de la mezcla. Se embriagó, cayó dormida y se olvidó de su sanguinaria misión. La humanidad se salvó y Hathor se convirtió en la diosa de la cerveza y la fermentación. Se han hallado versiones de esta historia inscritas en las tumbas de algunos reyes egipcios, entre ellos Tutankamón, Seti I y Ramsés el Grande.

A diferencia de la actitud relajada de los mesopotámicos en lo referente a la embriaguez, los textos de prácticas copiados por los aprendices de escriba egipcios, muchos de los cuales han sobrevivido en grandes cantidades en vertederos, expresan una severa desaprobación de la ebriedad. Un pasaje advierte a los jóvenes escribas: «La cerveza ahuyenta a los hombres de ti, envía tu alma a la perdición. Eres como un remo roto en

un barco, que no se mueve hacia ningún lado». Otro ejemplo, de una colección de sortilegios conocida como «La sabiduría de Ani», ofrece mi consejo similar: «No te tomes una jarra de cerveza. Hablas, y un murmullo ininteligible surge de tu boca». Esos textos de instrucción de los escribas, sin embargo, no son representativos de los valores egipcios en general. Desaprueban casi todo lo que no sea un estudio interminable para progresar en la carrera como escriba. Otros textos tienen títulos como «No seas soldado, sacerdote o panadero», «No seas labriego» y «No seas carretero».

Tanto los mesopotámicos como los egipcios veían la cerveza como una bebida antigua, regalo de los dioses, que sustentaba su existencia, formaba parte de su identidad cultural y religiosa y poseía una gran importancia social. «Hacer una cervecería» y «sentarse en la cervecería» eran expresiones populares egipcias que significaban «pasárselo bien» o «estar de juerga», mientras que la expresión sumerja «servir la cerveza» hacía referencia a un banquete o festín de celebración, y las visitas formales del rey a los hogares de los altos funcionarios para recibir tributo se registraban como «cuando el rey bebió cerveza en la casa de X». En ambas culturas, la cerveza era un alimento fundamental, sin el que ninguna comida estaba completa. La consumían todos, ricos y pobres, hombres y mujeres, adultos y niños, desde la cúspide de la pirámide social hasta la base. Se puede decir que fue la bebida característica de esas primeras grandes civilizaciones.

Los orígenes de la escritura

Los primeros documentos escritos son listas sumerias de salarios y recibos de impuestos en las que el símbolo de la cerveza, un recipiente de arcilla con marcas lineales en diagonal dibujadas dentro, es una de las palabras más comunes, junto con los símbolos para el grano, las telas y el ganado. Eso se debe a que la escritura se inventó en un principio para registrar la recolección y distribución de grano, cerveza, pan y otros productos. Surgió como una extensión natural de la costumbre neolítica de utilizar fichas para registrar las contribuciones al almacén comunal. De hecho, la sociedad sumeria era una continuación lógica de las estructuras sociales neolíticas pero a una escala mucho mayor, la culminación de miles

de años de creciente complejidad económica y cultural. Al igual que el jefe de un poblado neolítico recolectaba los excedentes de alimentos, los sacerdotes de las ciudades sumerias recogían los excedentes de cebada, trigo, ovejas y tejidos. Oficialmente, esos bienes eran ofrendas a los dioses, pero en la práctica se trataba de impuestos obligatorios que la burocracia de los templos consumía o cambiaba por otros bienes y servicios. Los sacerdotes podían, por ejemplo, pagar el mantenimiento de los sistemas de irrigación y la construcción de edificios públicos repartiendo raciones de pan y cerveza.

Este elaborado sistema confería al templo un control directo sobre gran parte de la economía. Cuesta decir si eso derivó en un «paraíso» de la redistribución -una variedad de antiguo socialismo en el que el Estado proveía a todos- o en un régimen de explotación cercano a la esclavitud. Sin embargo, parece haber surgido en respuesta a la naturaleza imprevisible del entorno mesopotámico. Llovía poco, y las crecidas del Tigris y el Eufrates eran irregulares; así pues, la agricultura dependía del uso de sistemas comunales de irrigación cuidadosamente mantenidos y, según creían los súmmos, de realizar las ofrendas apropiadas a los dioses locales. De esos dos cometidos se encargaban los sacerdotes, y a medida que los poblados crecían, hasta convertirse en aldeas y luego en ciudades, en sus manos se fue concentrando cada vez más poder. Los sencillos almacenes del Neolítico se convirtieron en elaborados templos, o zigurats, construidos sobre plataformas elevadas y escalonadas. Surgieron numerosas ciudades-estado rivales, cada una con su dios local propio y cada una gobernada por una élite sacerdotal que mantenía la economía agrícola y vivía de los excedentes. Las tallas los representan barbudos, vestidos con largas faldas y tocados redondos, y bebiendo cerveza de grandes vasijas con largas cañas.

Para que todo eso funcionara, los sacerdotes y sus tributarios necesitaban ser capaces de registrar lo que habían ingresado y pagado. En un principio, los recibos de impuestos se guardaban en forma de fichas dentro de «sobres» de arcilla: esferas o sobres de arcilla, llamadas *bullae*, con varias fichas que resonaban en el interior. Se utilizaban fichas de distintas formas para representar cantidades estándar de grano, tejidos o cabezas de ganada. Cuando se entregaban los artículos en el templo, se colocaban las correspondientes fichas en un «sobre» de arcilla y el recaudador de impuestos y el contribuyente estampaban los dos sus sellos de firma personal en la arcilla blanda del recipiente, para dejar constancia

de que el contenido reflejaba con exactitud el impuesto pagado. Después se almacenaba el sobre en el archivo del templo.

Sin embargo, no tardó en quedar de manifiesto que un modo más fácil de conseguir el mismo resultado era utilizar una tablilla de arcilla mojada y estampar las fichas en ella para dejar grabados diferentes signos que significaran cebada, ganado, etcétera. Después podían aplicarse los sellos de firma a esa tablilla, que se cocía al sol para que las marcas fueran permanentes. Ya no hacían falta fichas; las reemplazarían con las marcas de sus sellos. Poco a poco, las fichas se abandonaron por completo para ser sustituidas por pictogramas realizados mediante incisiones en la arcilla, derivados de las formas de las fichas o de los objetos que representaban. Así, algunos pictogramas llegaron a suponer representaciones directas de los artículos físicos, mientras que otras combinaciones de muescas representaban conceptos abstractos, como números.

Los documentos escritos más antiguos, que datan de alrededor de 3400 a.E.C. en la ciudad de Uruk, son pequeñas tablillas planas de arcilla que caben en la palma de una mano. Suelen estar divididas en columnas y después subdivididas en rectángulos por líneas rectas, Cada compartimiento contiene un conjunto de símbolos, algunos realizados presionando fichas contra la arcilla y otros rayados con un estilo o cálamo. Aunque esos símbolos se leen de izquierda a derecha y de arriba abajo, en todos los demás aspectos esta primera escritura difiere por completo de la moderna, y solo los especialistas son capaces de leerla. Sin embargo, si se mira de cerca, el pictograma de la cerveza -una jarra de lado, con marcas lineales en diagonal dentro- es fácil de detectar. Aparece en listas de salarios, documentos administrativos y en relaciones de palabras elaboradas para los aprendices de escriba, e incluyen decenas de términos de fermentación. Muchas tablillas consisten en listas de nombres, al lado de cada uno de los cuales aparece la indicación «cerveza y pan para un día», una ración habitual emitida por el templo.



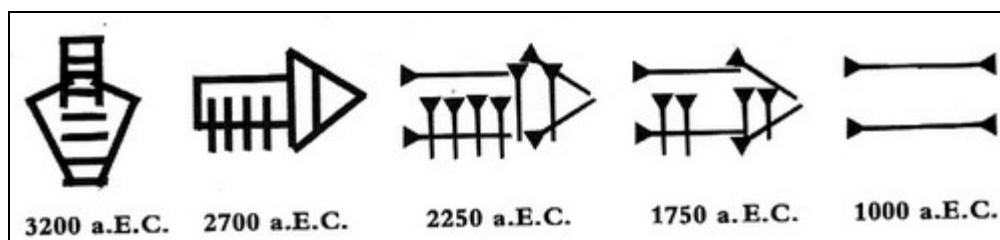
Una temprana tablilla cuneiforme, datada alrededor de 3200 a.E.C., que registra la asignación de cerveza

Un análisis moderno de los textos de raciones mesopotámicos desveló que la ración habitual de pan, cerveza, dátiles y cebollas, a veces complementados con carne o pescado y verduras o legumbres adicionales, como garbanzos, lentejas, nabos y judías, proporcionaba una dieta nutritiva y equilibrada. Los dátiles aportaban vitamina A, la cerveza vitamina B, las cebollas vitamina C y la ración en su conjunto aportaba entre 3.500 y 4.000 calorías, en línea con las modernas recomendaciones para el consumo en adultos. Esto indica que las raciones estatales no eran meras dádivas ocasionales, sino la principal fuente de sustento para muchas personas.

Tras haber empezado como medio para registrar los recibos de impuestos y los pagos de raciones, la escritura no tardó en convertirse en un medio más flexible, expresivo y abstracto. Hacia 3000 a.E.C. algunos símbolos habían empezado a representar sonidos concretos. Al mismo tiempo, los pictogramas formados por impresiones profundas en forma de cuña sustituyeron a los compuestos por incisiones superficiales. Eso hizo que se pudiese escribir más rápido, pero redujo la calidad pictográfica de los símbolos, de modo que la escritura empezó a parecer más abstracta. El resultado final fue la primera variedad de escritura de uso general, basada en hendiduras en forma de cuña, o «cuneiformes», realizadas en tablillas de

arcilla mediante juncos. Se trata del precedente de los modernos alfabetos occidentales, que descienden de él por vía de los alfabetos ugarítico y fenicio, ideados durante el II milenio a.E.C.

Comparado con los primeros pictogramas, el símbolo cuneiforme de la cerveza apenas puede reconocerse como la forma de una jarra. Sin embargo, puede verse, por ejemplo, en tablillas que cuentan la historia de Enki, el astuto y artero dios de la agricultura, mientras prepara un festín para su padre, Enlil. La descripción del proceso de fermentación es, hay que reconocerlo, algo críptica, pero los pasos pueden reconocerse, lo que significa que la receta escrita más antigua del mundo es la de la cerveza.



La evolución del símbolo escrito de la cerveza en cuneiforme. Con el paso de los años, la representación de la jarra de cerveza se vuelve cada vez más abstracta

Riqueza líquida y salud

En Egipto, al igual que en Mesopotamia, los impuestos en forma de grano y otros productos se entregaban en el templo y después se redistribuían para financiar obras públicas. Esto significa que en ambas civilizaciones la cebada, y sus variedades procesadas, sólida y líquida, el pan y la cerveza, se convirtieron en algo más que alimentos fundamentales: eran formas prácticas y extendidas de pago y de moneda. En Mesopotamia, fuentes cuneiformes indican que los miembros de rango inferior de la mano de obra del templo sumerio recibían una *sila* de cerveza al día -el equivalente aproximado de un litro, o dos pintas estadounidenses- como parte de su ración. Los funcionarios intermedios recibían dos *sila*, los oficiales superiores y las damas de la corte, tres, y los cargos más altos, cinco. Las grandes cantidades de cuencos de borde biselado de idéntico

tamaño hallados en las excavaciones sumerias eran al parecer utilizadas como unidades estándar de medida. Los oficiales superiores no recibían más cerveza porque bebieran más: tras consumir lo que necesitaban, les quedaba algo para dar propina a los mensajeros y escribas y pagar a otros trabajadores. Los líquidos, al ser fáciles de dividir, eran una moneda ideal.

Documentos posteriores, del reinado de Sargón, uno de los reyes de la región vecina de Acad que unieron y gobernaron las ciudades-estado sumerias rivales desde alrededor de 2350 a.E.C., se refieren a la cerveza como parte del «precio de la novia» (una dote entregada por la familia del novio a la de la novia). Otras fuentes indican que se ofrecía cerveza como pago a mujeres y niños por unas pocas jornadas de trabajo en el templo: las mujeres recibían dos *sila* y los niños, una. De modo parecido, existen documentos que muestran que las mujeres y niños refugiados, que quizá fueran esclavos o prisioneros de guerra, recibían raciones mensuales de cerveza de veinte *sila* para las mujeres y diez para los niños. Los soldados, policías y escribas también obtenían pagos especiales en cerveza en ocasiones concretas, al igual que los mensajeros, como una especie de paga extra. Un documento de 2035 a.E.C. es una lista de provisiones pagadas a mensajeros oficiales de la ciudad de Umma. Se entregaron diversas cantidades de cerveza «excelente», cerveza «normal», ajo, aceite de cocina y especias a mensajeros entre cuyos nombres figuran Shu-Dumuzi, Nur-Ishtar, Esur-ili, Ur-Ningirsu y Bazimu. En esa época, el Estado sumerio empleaba a trescientas mil personas, todas las cuales recibían raciones mensuales de cebada y anuales de lana, o la cantidad equivalente en otros productos: pan o cerveza en vez de cebada, tejidos o prendas en vez de lana. Y los contables mesopotámicos anotaban metódicamente todas las transacciones en tablillas cuneiformes indestructibles.



Sello cilíndrico que muestra un banquete: se observan figuras sentadas que beben cerveza con cañas de una gran vasija

El que es sin duda el ejemplo más espectacular del uso de la cerveza como forma de pago puede observarse en la meseta egipcia de Gizeh. Los trabajadores que construyeron las pirámides cobraban en cerveza, según los documentos encontrados en una localidad cercana, donde aquellos comían y dormían. Las fuentes indican que en la época de la construcción de las pirámides, alrededor de 2500 a.E.C., la ración media para un trabajador era de tres o cuatro hogazas de pan y dos jarras con unos cuatro litros de cerveza. Los capataces y los funcionarios recibían mayores cantidades de ambos productos. No es de extrañar que, según algunos murales antiguos, un equipo de trabajadores de la tercera pirámide de Gizeh, construida para el rey Menkaure, se autodenominara «los Borrachos de Menkaure». Los documentos escritos de pagos a los trabajadores muestran que las pirámides fueron construidas por empleados estatales, en lugar de por un ejército de esclavos, como se creía. Una teoría afirma que las pirámides fueron levantadas por agricultores durante la temporada de las inundaciones, cuando sus campos estaban bajo el agua. El Estado recaudaba grano como tributo y luego lo redistribuía en forma de pago; las obras generaban una sensación de unidad nacional, demostraban la riqueza y el poder del Estado y proporcionaban una justificación para la carga fiscal.

El uso de pan y cerveza como salarios o moneda supuso que se convirtieran en sinónimos de prosperidad y bienestar. Los antiguos egipcios

los identificaban hasta tal punto con las necesidades de la vida que la expresión «pan y cerveza» significaba sustento en general; sus jeroglíficos combinados formaban el símbolo de la comida. La expresión «pan y cerveza» se utilizaba también como saludo cotidiano, como un modo de desear a alguien buena suerte o salud. Una inscripción egipcia insta a las mujeres a dar a sus hijos en edad de estudiar dos jarras de cerveza y tres pequeñas hogazas de pan al día para asegurarles un desarrollo saludable. Asimismo, los mesopotámicos utilizaban «pan y cerveza» para referirse a «comida y bebida», y una palabra sumeria traducida como «banquete» significa literalmente «el lugar de la cerveza y el pan».

La cerveza también tenía un nexo más directo con la salud, pues tanto mesopotámicos como egipcios la utilizaban con fines medicinales. Una tablilla cuneiforme de la ciudad sumeria de Nippur, que data de alrededor de 2100 a.E.C., contiene una farmacopea, o lista de recetas médicas, basada en la cerveza. Se trata del documento más antiguo que se conserva sobre el uso del alcohol en medicina. En Egipto estaba reconocido el uso de la cerveza como sedante suave, además de ser la base de varias infusiones medicinales de hierbas y especias. La cerveza, por supuesto, tenía menos posibilidades de estar contaminada que el agua, dado que se hervía, y también contaba con la ventaja de que algunos ingredientes se disuelven en ella con mayor facilidad. Los Papiros de Ebers, un texto de medicina egipcio que data de alrededor de 1550 a.E.C. pero se basa a todas luces en documentos mucho más antiguos, contiene centenares de recetas de remedios a base de hierbas, muchos de los cuales incluyen la cerveza. Por ejemplo, se decía que media cebolla mezclada con cerveza espumosa curaba el estreñimiento, mientras que las aceitunas trituradas y mezcladas con cerveza curaban la indigestión; para los dolores de parto, se prescribía aplicar con un masaje una mezcla de azafrán y cerveza en el abdomen de una mujer.

Los egipcios también creían que su bienestar en el más allá dependía de contar con reservas adecuadas de pan y cerveza. La ofrenda funeraria habitual consistía en pan, cerveza, bueyes, gansos, ropa y natrón, un agente purificados. En algunos textos funerarios egipcios al difunto se le promete «cerveza que no se amargarán», lo que da fe tanto del deseo de poder seguir bebiendo cerveza toda la eternidad como de la dificultad de almacenarla. Se han encontrado escenas y modelos de fermentación y horneado de pan en tumbas egipcias, junto con jarras de cerveza (evaporada hace tiempo) y

utensilios para producirla. Se han hallado coladores especiales para la elaboración de cerveza en la tumba de Tutankamón, que murió alrededor de 1335 a.E.C. Los ciudadanos de a pie, cuya última morada era una sencilla tumba poco profunda, también eran enterrados con pequeñas jarras de cerveza.

Una bebida de los albores de la civilización

La cerveza impregnaba las vidas de egipcios y mesopotámicos desde la cuna hasta la tumba. Su entusiasmo por ella era casi inevitable,) ya que el surgimiento de las sociedades complejas, la necesidad de conservar documentos escritos y la popularidad de la cerveza fueron; consecuencia del excedente de grano. Dado que el Creciente Fértil poseía las mejores condiciones climáticas para el cultivo de cereales, fue allí donde empezó la agricultura, donde surgieron las primeras civilizaciones, donde apareció la escritura y donde la cerveza era más abundante.

Aunque ni la cerveza mesopotámica ni la egipcia contenían lúpulo, que solo se convirtió en un ingrediente común en la época medieval, tanto la bebida como algunas de las costumbres relacionadas con ella todavía resultarían reconocibles para los bebedores de cerveza de hoy, miles de años después. Si bien ya no se utiliza como forma de pago y la gente ya no se saluda con la expresión «pan y cerveza», en gran parte del mundo todavía se la considera la bebida básica del hombre trabajador. Brindar a la salud de alguien antes de tomar cerveza es un vestigio de la antigua creencia en sus propiedades mágicas. Y la relación de la cerveza con la interacción social amistosa y sin pretensiones permanece inalterada: es una bebida pensada para ser compartida. Ya sea en aldeas de la Edad de Piedra, salones de banquetes mesopotámicos o pubs y bares modernos, la cerveza ha acercado a la gente desde los albores de la civilización.

EL VINO EN GRECIA Y ROMA

3. El deleite del vino

Rápido, traedme una copa de vino, para que me remoje el entendimiento y diga algo inteligente.

Aristófanes, poeta cómico griego c. 450-385 a.E.C.)

Un gran festín

Uno de los banquetes más espléndidos de la historia fue el celebrado por el rey Assurnasirpal II de Asiría, en torno a 870 a.E.C., para señalar la fundación de su nueva capital en Nimrud. En el centro de la nueva ciudad se erguía un gran palacio construido sobre una plataforma de ladrillos de barro, según la costumbre tradicional mesopotámica. Sus siete magníficos salones tenían puertas adornadas con madera y bronce y techos de cedro, ciprés y enebro. Unos esmerados murales celebraban las hazañas bélicas del rey en tierras extranjeras. El palacio estaba rodeado de canales y cascadas, y de huertos y jardines llenos tanto de plantas locales como de las recogidas durante las prolongadas campañas militares del monarca: palmeras, datileras, cedros, cipreses, olivos, ciruelos e higueras, además de parras, todos los cuales «competían entre ellos en fragancia», según una inscripción cuneiforme de la época. Assurnasirpal pobló su nueva capital con gente de todo su imperio, que abarcaba gran parte de la Mesopotamia septentrional. Con aquellas poblaciones cosmopolitas de plantas y personas, la capital venía a ser un microcosmos del imperio del rey. En cuanto se finalizó la construcción, Assurnasirpal celebró un gran banquete para conmemorar la ocasión.

Los festejos se prolongaron por espacio de diez días. Los informes oficiales recogen que a la celebración asistieron 69.574 personas: 47.074 hombres y mujeres de todo el imperio, 16.000 de los nuevos habitantes de Nimrud, 5.000 dignatarios extranjeros y 1.500 funcionarios de palacio. El objetivo era mostrar el poder y la riqueza del rey, tanto para su propio pueblo como ante los representantes extranjeros. Para los asistentes se

servieron en total 1.000 reses cebadas, 1.000 terneros, 10.000 ovejas, 15.000 corderos, 1.000 corderitos lechales, 500 gacelas, 1.000 patos, 1.000 gansos, 20.000 palomas, 12.000 avejillas de otras clases, 10.000 peces, 10.000 jerbos (una especie de pequeño roedor) y 10.000 huevos. No había muchas verduras: apenas se sirvieron 1.000 cajas. Sin embargo, aun dejando margen para cierta exageración regia, se trató a todas luces de un banquete de proporciones épicas. El rey alardeó de que a sus invitados «les rindió los honores debidos y los mandó de vuelta, saludables y felices, a sus países».

Aun así, lo más impresionante, y lo más significativo, fue la elección de la bebida por parte del rey. A pesar de su herencia mesopotámica, Assurnasirpal no concedió un lugar de honor en su festín a la bebida habitual de los mesopotámicos. En los bajorrelieves de piedra del palacio no aparece tomando cerveza con una caña; en lugar de eso, se lo representa sosteniendo con elegancia un cuenco poco profundo, probablemente de oro, con la punta de los dedos de la mano derecha, para tenerlo delante de la cara. Ese cuenco contenía vino.

Pero la cerveza no había sido desterrada: Assurnasirpal sirvió diez mil jarras de ella en su banquete. Sin embargo, también había diez mil pellejos de vino, una cantidad equivalente pero que implicaba un despliegue de riqueza mucho más impresionante. Con anterioridad, el vino solo había estado disponible en Mesopotamia en cantidades muy pequeñas, puesto que había que importarlo de las montañosas tierras de viñedos del nordeste. El coste de transportarlo desde las montañas hasta las llanuras lo volvía diez veces más caro que la cerveza, de modo que en la cultura mesopotámica se lo consideraba una exótica bebida extranjera. En consecuencia, solo la élite podía permitirse beberlo, y su principal uso era de índole religiosa; su rareza y su elevado precio lo hacían merecedor del consumo de los dioses, cuando podía obtenerse. La mayoría de la gente no llegaba a probarlo nunca.



Assurnasirpal II sentado con solemnidad, sosteniendo un cuenco poco profundo de vino. Los sirvientes de ambos lados blanden espantamoscas para mantener a los insectos alejados del rey y su vino

Así pues, la capacidad de Assurnasirpal para proveer en igual abundancia de vino y cerveza a sus casi setenta mil invitados era una palmaria ilustración de su riqueza. Servir vino de regiones lejanas dentro de su imperio también subrayaba el alcance de su poder. Más impresionante todavía resultaba el hecho de que parte del vino procediera de las vides de su propio jardín. Esas parras se entrelazaban con los árboles, como era costumbre en la época, y se irrigaban mediante un complejo sistema de canales. Assurnasirpal no solo era inmensamente rico, sino que su fortuna crecía literalmente en los árboles. La dedicación de la nueva ciudad fue sellada de manera solemne con una ofrenda ritual de ese vino local a los dioses.

Algunas escenas del banquete de Nimrud muestran a personas que beben vino de cuencos llanos, sentadas en sillones de madera flanqueadas

por sirvientes, varios de los cuales sostienen jarras de vino, mientras que otros blanden abanicos o quizá espantamoscas para mantener a los insectos alejados del preciado líquido. A veces también aparecen grandes recipientes de almacenamiento en los cuales los sirvientes rellenan sus jarras.

Bajo los asirios, el consumo de vino se transformó en un ritual social cada vez más elaborado y formal. Un obelisco de alrededor de 825 a.E.C. muestra al hijo de Assurnasirpal, Salmanasar III, de pie bajo un parasol. Sostiene un cuenco de vino en la mano derecha mientras que la izquierda descansa sobre la empuñadura de su espada, y un suplicante se arrodilla a sus pies. Gracias a este tipo de propaganda, el vino y la parafernalia asociada a su consumo se convirtieron en emblemas del poder, la prosperidad y el privilegio.

«*La excelente "cerveza" de las montañas*»

El vino era la nueva moda, pero no tenía nada de nuevo. Como en el caso de la cerveza, sus orígenes se pierden en la prehistoria: su invención, o descubrimiento, es tan antigua que se ha registrado solo de manera indirecta, en mitos y leyendas. Sin embargo, los testimonios arqueológicos sugieren que el vino se produjo por primera vez durante el Neolítico, entre 9000 y 4000 a.E.C., en los montes Zagros, en la región que se corresponde a grandes rasgos con la actual Armenia y el norte de Irán. La convergencia de tres factores hizo posible la producción de vino en esa zona: la presencia de la vid europea silvestre, *Vitis vitiifera sylvestris*, la disponibilidad de cosechas de cereales que proporcionaran reservas de alimentos para todo el año para las comunidades vinícolas y, en torno a 6000 a.E.C., la invención de la cerámica, crucial para la elaboración, el almacenamiento y el servicio del vino.

El vino no es otra cosa que el zumo fermentado de uvas aplastadas. Las levaduras naturales, presentes en la piel de los granos, convierten los azúcares del jugo en alcohol. Por tanto, los intentos de almacenar uvas o mosto durante largos períodos en recipientes de cerámica habrían dado como resultado el vino. Las primeras pruebas físicas de su presencia, en forma de un residuo rojizo dentro de una vasija de cerámica, proceden de

Hajii Firuz Tepe, un poblado neolítico de los montes Zagros. La vasija se ha datado en 5400 a.E.C. El probable origen del vino en esa región queda reflejado en la historia bíblica de Noé, que se supone que plantó el primer viñedo en la ladera del cercano monte Ararat tras sobrevivir al diluvio.

Desde esa cuna, el conocimiento de la elaboración del vino se extendió al oeste hacia Grecia y Anatolia (la actual Turquía), y al sur a través del Levante (en la actualidad Siria, Líbano e Israel) hasta Egipto. Cerca de 3150 a.E.C., uno de los primeros gobernantes egipcios, el rey Escorpión I, fue enterrado con setecientas vasijas de vino, importado a un elevado coste del Levante meridional, a la sazón importante región vinícola. En cuanto los faraones se aficionaron al vino, mandaron plantar sus propios viñedos en el delta del Nilo, y hacia 3000 a.E.C. disfrutaban de una limitada producción propia. Sin embargo» al igual que en Mesopotamia, el consumo estaba restringido a la élite, dado que el clima resultaba inapropiado para la producción a gran escala. En algunas pinturas de tumbas aparecen escenas de elaboración de vino, pero dan una impresión desproporcionada de su preponderancia en la sociedad egipcia, pues solo los ricos bebedores de vino podían permitirse una tumba fastuosa. La inmensa mayoría bebía cerveza.

Una situación parecida se daba en el Mediterráneo oriental, donde hacia 2500 a.E.C. se cultivaban vides en Creta y es posible que también en la Grecia continental. El que la vid había sido introducida en lugar de estar siempre presente queda corroborado en los mitos griegos posteriores, según los cuales los dioses bebían néctar (se supone que hidromiel), y el vino fue introducido más tarde para el consumo humano. Las vides se cultivaban al lado de los olivos, el trigo y la cebada, y a menudo se entrelazaban con los olivos o las higueras. Sin embargo, en las culturas micénica y minoica del II milenio a.E.C., en la Grecia continental y en Creta, respectivamente el vino siguió siendo una bebida para la élite. No figura en las tablillas de raciones para los esclavos y los religiosos de bajo rango. El acceso al vino era una señal de estatus.

Los reinados de Assurnasirpal y su hijo Salmanasar marcaron, por tanto, un antes y un después. El vino llegó a verse como una bebida social además de religiosa, y empezó a ponerse cada vez más de moda en todo Oriente Próximo y el Mediterráneo oriental. Además, su disponibilidad aumentó en dos sentidos. En primer lugar, se incrementó la producción de vino, y por ende el volumen del producto que se comerciaba por vía

marítima, con lo que se hizo accesible a una mayor área geográfica. La fundación de estados e imperios cada vez más grandes dio un empujón a su disponibilidad, pues había menos fronteras que cruzar, menos impuestos y peajes que pagar y menos costes para transportar el vino a lo largo de grandes distancias. Los dirigentes más prósperos, como los reyes asirios, tenían imperios que abarcaban regiones vinícolas. En segundo lugar, a medida que aumentaba la cantidad disponible y caía su precio, el vino se volvió asequible para un segmento más amplio de la sociedad. Esa creciente disponibilidad queda patente en los documentos que enumeran el tributo presentado a la corte asiría. Durante los reinados de Assurnasirpal y Salmanasar, el vino empezó a mencionarse como una ofrenda tributaria deseable, junto con el oro, la plata, los caballos, el ganado y otros artículos de valor. Sin embargo, dos siglos más tarde había desaparecido de las listas de tributos, porque se había vuelto tan común, al menos en Asiría, que ya no era considerado lo bastante caro o exótico para utilizarlo como ofrenda.

Unas tablillas cuneiformes de Nimrud datadas hacia 785 a.E.C. muestran que en esa época hasta seis mil personas de la casa real asiría recibían raciones de vino. A diez hombres se les asignaba un *qa* de vino al día para que lo compartieran entre ellos; se cree que esa cantidad equivalía más o menos a un litro, de modo que cada hombre habría recibido aproximadamente una moderna copa de vino al día. Los trabajadores cualificados obtenían más, al dividirse un *qa* entre seis. Sin embargo, todos los miembros de la casa, desde los funcionarios de mayor rango hasta los más humildes pastores y ayudantes de cocina, recibían una ración.

A medida que el entusiasmo por el vino se extendía al sur hacia Mesopotamia, donde la producción local era inviable, el comercio vinícola a lo largo del Tigris y el Eufrates se intensificó. Dada su naturaleza pesada y perecedera, el vino era difícil de transportar por tierra. El comercio a larga distancia se efectuaba empleando balsas o embarcaciones hechas de madera y juncos. El historiador griego Heródoto, que visitó la región en torno a 430 a.E.C., describió las barcas utilizadas para transportar mercancías por vía fluvial a Babilonia y señaló que «su principal cargamento es vino». Heródoto explicó que, una vez que habían llegado río abajo y descargado, las embarcaciones eran poco menos que inútiles, dada la dificultad de conducir las de vuelta aguas arriba. En lugar de eso, las desmontaban y las vendían, aunque por lo general tan solo por una décima parte de su valor original. Ese coste repercutía en el elevado precio del vino.

De modo que, aunque el vino se volvió más popular en la sociedad mesopotámica, nunca llegó a ser ampliamente asequible fuera de las zonas vinícolas. Lo prohibitivo de su coste para la mayoría de la población queda de manifiesto en el alarde realizado por Nabónides, el último rey del Imperio neobabilónico, antes de que este sucumbiera a los persas en 539 a.E.C. Nabónides se jactaba de que el vino, al que se refería como «la excelente "cerveza" de las montañas, del que mi país carece», se había vuelto tan abundante durante su reinado que una vasija importada con dieciocho *sila* de capacidad (unos dieciocho litros, o veinticuatro botellas de vino modernas) podía conseguirse por un shekel de plata. En aquella época un shekel de plata al mes se consideraba el salario mínimo, de modo que el vino solo podía haberse convertido en una bebida cotidiana para los muy ricos. Para todos los demás se hizo popular una bebida alternativa: el vino de dátiles, una sustancia alcohólica elaborada con sirope; de dátil fermentado. El cultivo de las palmeras estaba difundido en el sur de Mesopotamia, de modo que el «vino» resultante era apenas un poco más caro que la cerveza. Durante el I milenio a.E.C., hasta] los incondicionales mesopotámicos le dieron la espalda a la cerveza que fue destronada como la más culta y civilizada de las bebidas y comenzó la edad del vino.

La cuna del pensamiento occidental

Los orígenes del pensamiento occidental contemporáneo pueden remontarse a la Edad de Oro de la antigua Grecia en los siglos VI y V a.E.C., cuando los pensadores helenos sentaron las bases de la política, la filosofía, la ciencia y el derecho occidentales modernos. Su novedoso enfoque fue buscar la indagación racional por medio del debate de confrontación: decidieron que la mejor manera de evaluar un conjunto de ideas era ponerlo a prueba contra otro conjunto de ideas. En el ámbito político, el resultado fue la democracia, en la que los partidarios de políticas rivales competían por la supremacía retórica; en la filosofía, condujo a argumentaciones y diálogos razonados sobre la naturaleza del mundo; en la ciencia, facilitó la formulación de teorías enfrentadas para tratar de explicar los fenómenos naturales; en el campo del derecho, el resultado fue el

sistema legal de confrontación (otra variedad de competición institucionalizada que a los griegos les encantaba era el atletismo). Ese enfoque sustenta el modo de vida occidental, en el que la política, el comercio, la ciencia y la ley tienen sus raíces en la competición ordenada.

La idea de distinguir entre los mundos occidental y oriental también es griega en su origen. La antigua Grecia no era una nación unificada, sino un conjunto desorganizado de ciudades-estado, asentamientos y colonias cuyas lealtades y rivalidades cambiaban constantemente. Sin embargo, en el siglo V a.E.C., ya se establecía una distinción entre los pueblos grecoparlantes y los extranjeros, a quienes se conocía como *bárbaros* porque a oídos griegos su idioma sonaba como un balbuceo incomprensible. Los más destacados de esos bárbaros eran los persas del este, cuyo inmenso imperio abarcaba Mesopotamia, Siria, Egipto y Asia Menor (la moderna Turquía). En un principio las principales ciudades-estado griegas, Atenas y Esparta, se unieron para impedir el avance de los persas, pero luego estos respaldaron unas veces a la primera y otras a la segunda en sus luchas entre ellas. Al final, Alejandro Magno unió a los helenos y derrotó a Persia en el siglo IV a.E.C. Los griegos se definían por oposición a los persas, y se creían fundamentalmente distintos de (y de hecho superiores a) los pueblos asiáticos.

El entusiasmo por la competición civilizada y la presunta superioridad de Grecia sobre los extranjeros quedan de manifiesto en el gusto griego por el vino. Se bebía en fiestas formales destinadas a ello, o *simposio*, que eran ocasiones para el debate lúdico pero encendido en las que los bebedores trataban de superarse en ingenio, poesía o retórica. El ambiente formal e intelectual de los *simposia* también recordaba a los griegos lo civilizados que eran, a diferencia de los bárbaros, que o bien bebían vulgar cerveza o bien (peor incluso) tomaban vino pero no lograban hacerlo de una forma merecedora de la aprobación griega.

En palabras de Tucídides, autor griego del siglo V a.E.C. que fue uno de los más importantes historiadores del mundo antiguo, «los pueblos del Mediterráneo empezaron a emerger de la barbarie cuando aprendieron a cultivar el olivo y la vid». Según una leyenda, Dioniso, el dios del vino, huyó a Grecia para escapar de la cervecera Mesopotamia. Una tradición griega más generosa pero aun así bastante condescendiente refiere que Dioniso creó la cerveza por el bien del pueblo en los países donde no podía cultivarse la vid. En Grecia, sin embargo, Dioniso había puesto el vino a

disposición de todo el mundo, no solo de la élite. Como expresó el poeta trágico Eurípides en *Las bacantes*: «A ricos y pobres ha concedido el deleite del vino, que hace que cese todo dolor».

El vino era lo bastante abundante para ser ampliamente asequible, porque el clima y el terreno de las islas y la tierra firme griegos eran idóneos para la viticultura. El cultivo de la vid se extendió con rapidez en toda Grecia desde el siglo VII a.E.C., empezando por Arcadia y Esparta, en la península del Peloponeso, para después extenderse al norte hacia Ática, la región que rodeaba Atenas. Los griegos fueron los primeros en producir vino a escala comercial y en adoptar un acercamiento metódico, incluso científico, a la viticultura. La literatura griega sobre el tema empieza con *Los trabajos y los días* de Hesíodo, que data del siglo VIII a.E.C. e incorpora consejos sobre cómo y cuándo podar la vid y cosechar y prensar las uvas. Los viticultores griegos idearon mejoras para el prensado del vino y adoptaron la práctica de cultivar las vides en hileras rectas, sobre emparrados y estacas, en lugar de alrededor de los árboles. Esas innovaciones permitieron plantar más vides en un espacio determinado, con lo que se aumentaba el rendimiento y se proporcionaba un acceso más fácil para la vendimia.

Poco a poco, el cultivo de grano fue superado por el de la vid y el olivo, y la producción de vino pasó de la subsistencia al modelo industrial. En lugar de ser consumido por el cultivador y sus allegados, el vino se producía de manera específica como producto comercial, algo que resulta comprensible, ya que un agricultor podía ganar hasta veinte veces más cultivando vides en su tierra que sembrando grano. El vino se convirtió en una de las principales exportaciones griegas, y se comerciaba por vía marítima a cambio de otras mercancías. En Ática, la transición de la producción cerealista a la viticultura fue tan drástica que hubo que importar el grano para mantener un suministro suficiente. El vino era riqueza; hacia el siglo VI a.E.C., las clases terratenientes de Atenas se clasificaban en virtud de la extensión de viñedos que poseían: la clase más baja poseía menos de unas tres hectáreas, mientras que las siguientes tres tenían alrededor de cinco, seis y diez hectáreas, respectivamente.

La producción de vino también se estableció en islas griegas remotas, como Quíos. Tasos y Lesbos, frente a la costa occidental de la moderna Turquía, cuyos característicos vinos llegaron a ser muy apreciados. La importancia económica del vino queda subrayada por la aparición de

imaginería relacionada con él en las monedas griegas: en las de Quíos figuraba el característico perfil de las vasijas en las que lo guardaban, y el dios del vino Dioniso reclinado en un burro era un motivo habitual tanto en las monedas como en las asas de las ánforas de la ciudad tracia de Mende. La importancia comercial del comercio de vino también supuso que los viñedos se convirtieran en objetivos prioritarios durante la guerra del Peloponeso entre Atenas y Esparta, y que a menudo fueran pisoteados y quemados. En una ocasión, en 424 a.E.C., las tropas espartanas llegaron justo antes de la vendimia de Acanto, una ciudad vinícola de Macedonia que estaba aliada con Atenas. Temiendo por sus uvas y cautivados por la oratoria de Brásidas, el general espartano, los lugareños celebraron una votación y decidieron cambiar de alianza. Así la vendimia pudo proseguir sin más obstáculos.

A medida que el vino se hacía cada vez más asequible -tanto que incluso los esclavos lo bebían-, lo importante ya no era si uno bebía vino o no, sino de qué tipo. Pues si bien la disponibilidad del vino era más democrática en la sociedad griega que en otras culturas, todavía podía utilizarse para trazar distinciones sociales. Los aficionados griegos al vino pronto empezaron a hacer sutiles distinciones entre los diversos caldos locales o extranjeros. A medida que las variedades eran conocidas, las diferentes regiones vinícolas empezaron a despachar sus vinos en ánforas de alguna forma característica, para que los clientes que preferían un estilo concreto pudieran estar seguros de que no les daban gato por liebre. Arquestrato, un gastrónomo y cocinero griego que vivió en Sicilia en el siglo IV a.E.C. y pasó a la historia como el autor de la *Gastronomía*, uno de los primeros libros de cocina del mundo, prefería el vino de Lesbos. Algunas referencias en las comedias griegas de los siglos V y IV a.E.C. sugieren que los vinos de Quíos y Tasos también gozaban de una consideración especialmente elevada.

Después de la región de origen de un vino, lo que más interesaba a los griegos era su edad, más que su cosecha exacta. No distinguían demasiado entre una cosecha y la siguiente, probablemente porque las variaciones causadas por el almacenamiento y la manipulación pesaban mucho más que las diferencias entre ellas. El vino añejo era un signo de estatus, y cuanto más añejo fuera, mejor. La

Odisea de Homero, escrita en el siglo VIII a.E.C., describe la cámara acorazada del mítico héroe *Odiseo* o Ulises, «donde había oro y bronce

apilado y ropajes en cofres y abundancia de aceite perfumado: y en ella había vasijas de vino añejo y de dulce sabor, llenas de la bebida divina sin mezclar, apiladas en hileras contra la pared».

Para los griegos, beber vino era sinónimo de civilización y refinamiento: el tipo de vino que se bebía y su edad indicaban lo culto que se era. Se prefería el vino a la cerveza, los vinos refinados a los comunes y los viejos a los jóvenes. Sin embargo, lo que importaba más aún que el vino que se eligiera era cómo se comportaba uno cuando lo bebía, algo que resultaba incluso más revelador de la naturaleza más íntima del que lo bebía. Como dijo Esquilo, el poeta griego, en el siglo VI a.E.C.: «El bronce es el espejo de la forma exterior; el vino es el espejo de la mente».

Cómo beber como un griego

Lo que más distinguía el acercamiento griego al vino del resto de las culturas era la práctica de mezclarlo con agua antes de su consumo. La cúspide de la sofisticación social era la ingestión de la mezcla resultante en una fiesta privada, o *simposion*. Se trataba de un ritual aristocrático y exclusivamente masculino que tenía lugar en una «sala de hombres» especial, o *andron*. Sus paredes a menudo estaban decoradas con murales o motivos relacionados con la bebida, y el uso de una habitación especial acentuaba la separación entre la vida cotidiana y el *simposion*, durante el que regían unas reglas diferentes. El *andron* era a veces la única sala de la casa con el suelo de piedra, inclinado hacia el centro para facilitar su limpieza. Tal era su importancia que a menudo las casas se diseñaban a su alrededor.

Los hombres se recostaban en divanes especiales, con un cojín bajo un brazo, una moda importada de Oriente Próximo en el siglo VIII a.E.C. Al *simposion* típico asistían una decena de individuos y nunca más de treinta. Aunque no se permitía a las mujeres sentarse con los hombres, a menudo había presentes sirvientas, bailarinas e intérpretes de música. Primero se servía la comida, con poco o nada para beber. Después se despejaban las mesas y se sacaba el vino. La tradición ateniense era verter tres libaciones: una para los dioses, otra para los héroes caídos (en particular los propios

ancestros) y una para Zeus, el rey de los dioses. Es posible que una joven tocara la flauta durante esta ceremonia, después de la cual se cantaba un himno. Se repartían guirnaldas de flores y hojas de parra, y en algunos casos se aplicaba perfume. Entonces podían empezar a beber.

En primer lugar se mezclaba el vino con agua en un gran cuenco con forma de urna llamado crátera. Siempre se añadía el agua -de un recipiente con tres asas, la hidria- al vino, y no a la inversa. La cantidad de agua determinaba lo rápido que se embriagarían los asistentes. Parece que unas proporciones típicas de mezcla de agua en el vino habrían sido 2:1, 5:2, 3:1 y 4:1. Una mezcla a partes iguales de agua y vino se consideraba «vino fuerte»; algunos caldos concentrados que se hervían antes de envasarlos hasta reducidos a la mitad y un tercio de su volumen original, tenían que mezclarse con ocho o hasta veinte veces su volumen en agua. Cuando hacía calor, el vino se enfriaba bajándolo a un pozo o mezclándolo con nieve, al menos si el propietario podía permitirse semejantes extravagancias. La nieve se recogía durante el invierno y se conservaba en pozos subterráneos, llenos de paja, para evitar que se fundiera.

Los griegos, y en particular los atenienses, consideraban propio de bárbaros beber incluso un buen vino sin antes mezclarlo con agua. Creían que solo Dioniso podía beber vino puro sin riesgo. A menudo se lo representa bebiendo de un tipo especial de jarra, cuyo uso indica que no se ha añadido agua. Los simples mortales, en cambio, solo podían beber vino cuya fuerza se hubiera templado con agua; de otro modo se volverían extremadamente violentos o incluso locos. Eso es lo que según Heródoto le sucedió al rey Cleomenes de Esparta, que adquirió el hábito bárbaro de beber vino puro de los escitas, un pueblo nómada de la región septentrional del mar Negro. El filósofo ateniense Platón los caracterizó, tanto a ellos como a sus vecinos los tracios, por su ignorancia y tosquedad en el uso del vino: «Los escitas y los tracios, tanto hombres como mujeres beben vino sin mezclar que vierten en sus ropas, y eso se les antoja una costumbre feliz y gloriosa». Los macedonios también eran conocidos por su afición al vino sin mezclar. Alejandro Magno y su padre, Filipo II, tenían fama de grandes bebedores. Alejandro mató a su amigo Clito en una pelea de borrachos, y existen algunos indicios de que el consumo abusivo de vino contribuyó a su muerte, provocada por una misteriosa enfermedad en 323 a.E.C. Sin embargo, resulta difícil evaluar la fiabilidad de tales afirmaciones, puesto

que la equiparación de la virtud con el consumo moderado y de la corrupción con la autoindulgencia es muy habitual en las fuentes antiguas.



Bebedores en un simposion griego. Los hombres sentados beben vino aguado de cuencos poco profundos, mientras un músico toca la flauta y un esclavo extrae más vino de la cratera común

El agua hacía que el vino fuera seguro, pero el vino también hacía segura al agua. Además de estar libre de patógenos, el vino contiene agentes antibacterianos naturales que se liberan durante el proceso de fermentación. Los griegos lo desconocían, aunque estaban al corriente de los riesgos de beber agua contaminada; preferían la de los manantiales y los pozos profundos, o el agua de lluvia recogida en cisternas. La observación de que las heridas tratadas con vino tenían menos posibilidades de infectarse que las tratadas con agua (una vez más, debido a la ausencia de patógenos y a la presencia de agentes antibacterianos en el vino) quizá también sugiriera que este tenía el poder de limpiar y purificar.

No beber nada de vino se consideraba igual de malo que beberlo puro. La práctica griega de mezclar vino y agua era, por tanto, una vía intermedia entre los bárbaros que abusaban y aquellos que no lo bebían en absoluto. Plutarco, un escritor griego del período romano posterior, lo expresó del siguiente modo: «El borracho es insolente y grosero... Por otro lado, el abstemio total resulta desagradable y más adecuado para cuidar de los niños

que para presidir una fiesta de bebida». Ninguno de los dos, creían los griegos, era capaz de hacer un uso adecuado del regalo de Dioniso. El ideal griego era un estado intermedio. Asegurarse de que esto fuera así era el cometido del *simposiarca*, o rey del *simposion*, que podía ser el anfitrión o alguien del grupo de bebedores, escogido por votación o a los dados. La moderación era la clave: el objetivo del *simposiarca* era mantener al grupo reunido en la frontera entre la sobriedad y la embriaguez, para que pudieran disfrutar de la libertad de palabra y de la liberación de los problemas, pero sin volverse violentos como los bárbaros.

El vino se bebía la mayoría de las veces en un cuenco poco profundo y con dos asas, con un pie corto, llamado *álix*. A veces se servía también en un recipiente más grande y profundo llamado *cantharos*, o en un cuerno hueco denominado *riton*. Los sirvientes, a instancias del *simposiarca*, utilizaban una jarra de vino, u *oinochoe*, que en algunos casos parecía un cazo de mango largo, para transferir el vino de la crátera a los recipientes individuales. En cuanto se vaciaba la crátera, se preparaba otra.

Los recipientes utilizados para beber se decoraban con esmero, a menudo con imaginería dionisiaca, y se fueron volviendo cada vez más recargados. Para los recipientes de cerámica, la forma clásica era la técnica «de la figura negra», caracterizada por la representación de objetos y figuras mediante áreas de pintura negra, en las que se destacaban los detalles grabando líneas antes de la cocción. Esta técnica, desarrollada en Corinto en el siglo VII a.E.C., no tardó en llegar a Atenas. A partir del siglo VI a.E.C., fue siendo reemplazada por la técnica «de la figura roja», donde las figuras se plasmaban dejando el color rojo natural de la arcilla sin pintar, para después añadir los detalles en negro. Con todo, la supervivencia hasta nuestros días de tantos ejemplos de cerámica de figura negra y roja, entre ellos utensilios para beber, resulta engañosa. Los ricos bebían de recipientes de plata u oro, más que de cerámica. Sin embargo, son los de cerámica los que se conservaron porque se utilizaban en los entierros.

Tanto la observancia de las normas y rituales del consumo de vino como el uso del material, mobiliario y vestimenta adecuado» servían para subrayar la sofisticación de los bebedores. Sin embargo ¿qué sucedía de verdad mientras se consumía el vino? No existe una única respuesta: el *simposion* era tan variado como la vida misma: un espejo de la sociedad griega. A veces iba acompañado de entretenimiento formal, con músicos y bailarines contratados. En algunos *simposia* los propios invitados competían

en la improvisación de canciones, poemas y comentarios ingeniosos; en ocasiones, el *simposion* era una ocasión formal para la tertulia filosófica o literaria, a la que se permitía la asistencia de jóvenes con fines educativos.

Sin embargo, no todos los *simposia* eran tan serios. Un juego de beber llamado *kottabos* gozaba de una especial popularidad. Consistía en lanzar las últimas gotas de vino de la copa a un blanco específico, como otra persona, una diana de bronce en forma de disco c» incluso un recipiente que flotaba en un cuenco lleno de agua, con el objetivo de hundirlo. Tal era la pasión por el *kottabos* que algunos entusiastas llegaron a construir salas circulares especiales en las que jugar. Los tradicionalistas expresaban su preocupación por que los jóvenes se concentraran en mejorar su *kottabos* en lugar de su lanzamiento de jabalina, un deporte que al menos poseía una utilidad práctica en la caza y la guerra.

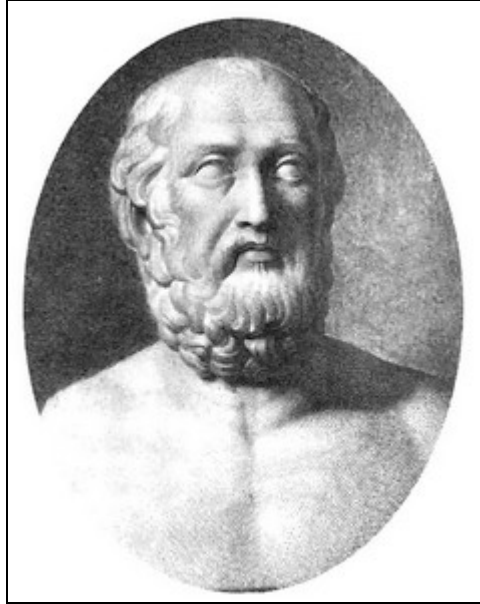
A medida que una crátera sucedía a otra, algunos *simposia* degeneraban en orgías, y otros en escenas de violencia, en las que los bebedores lanzaban desafíos a sus compañeros para que demostraran su lealtad al grupo de bebida, o *hetaireia*. En ocasiones el *simposion* iba seguido del *komos*, una variedad de exhibicionismo ritual en la que los miembros de la *hetaireia* se lanzaban a la calle de parranda nocturna para resaltar la fuerza y la unidad de su grupo. El *komos* podía ser inofensivo pero también conducir a la violencia y el vandalismo, en función del estado de los participantes. Como se dice en un fragmento de una obra de Eubulo: «Para los hombres sensatos preparo solo tres cráteras: una para la salud, que se beben primero, la segunda para el amor y el placer, y la tercera para dormir. Cuando se apura la tercera, los hombres sabios se van a casa. La cuarta crátera ya no es mía: pertenece al mal comportamiento; la quinta es para gritar, la sexta para la grosería y los insultos, la séptima para las peleas, la octava para romper el mobiliario, la novena para la depresión y la décima para la locura y la inconsciencia».

En el fondo, el *simposion* estaba dedicado a la búsqueda del placer, ya fuera este de índole intelectual, social o sexual. También se trataba de una vía de escape, un modo de afrontar todo tipo de pasiones ingobernables. Compendiaba lo mejor y lo peor de la cultura que lo había engendrado. La mezcla de agua y vino consumida en el *simposion* proporcionó un campo abonado metafórico para los filósofos griegos, que lo comparaban con la mezcla del bien y el mal que reside en la naturaleza humana, tanto dentro del individuo como en la sociedad en su conjunto. El *simposion*, con sus

normas para evitar que una mezcla peligrosa diera lugar a una escena inapropiada, se convirtió así en la lente a través de la cual Platón y otros filósofos contemplaron la sociedad griega.

La filosofía de la bebida

La filosofía es la búsqueda de la sabiduría; ¿qué mejor lugar para descubrir la verdad que un *simposion*, donde el vino eliminaba las inhibiciones para exponer las verdades, tanto agradables como desagradables? «El vino revela lo que está oculto», declaró Eratóstenes, filósofo griego que vivió en el siglo ni a.E.C. Que el *simposion* se consideraba un entorno propicio para la obtención de la verdad lo subraya su repetido uso como forma literaria, en la que diversos personajes debaten un tema dado mientras beben vino. El ejemplo más famoso es *El banquete*, de Platón, en el que los participantes, entre ellos la representación que el autor hace de su mentor, Sócrates, tratan del tema del amor. Tras una noche entera bebiendo, todos se duermen menos Sócrates, que, al parecer inmune a los efectos del vino que ha bebido, parte para atender los asuntos del día. Platón lo retrata como el bebedor ideal: usa el vino para la búsqueda de la verdad, pero conserva un control absoluto de sí mismo y no padece efectos negativos. Sócrates también figura en una obra parecida escrita por otro de sus pupilos. El *banquete*, de Jenofonte, escrito en torno a 360 a.E.C., es otra crónica ficticia de una fiesta de bebida ateniense en la que la conversación es bastante más achispada e ingeniosa y los personajes mucho más humanos que en la obra, más seria, de Platón. El tema principal, una vez más, es el amor, y la conversación se adereza con un buen vino tasio.



El filósofo griego Platón, que creía que el vino ofrecía un buen modo de poner a prueba el carácter de un hombre

Esos *simposia* filosóficos se produjeron más en la imaginación literaria que en la vida real. Aun así, al menos en un aspecto, el vino podía utilizarse en la vida cotidiana para revelar la verdad: podía exponer la verdadera naturaleza de quienes lo bebían. Si bien repudiaba la realidad hedonística de los verdaderos *simposia*. Platón no veía ningún motivo por el que la práctica no pudiese, en teoría, ponerse al servicio de una buena causa como examen de personalidad. En boca de uno de los personajes de su obra *Las leyes*, Platón sostiene que beber con alguien en un *simposion* es en realidad la prueba más sencilla, rápida y fiable de conocer su carácter. Presenta a Sócrates postulando una «poción del miedo» que induce el temor en quienes la beben. Después esa bebida imaginaria puede utilizarse para infundir aplomo y valor, a medida que los bebedores van aumentando poco a poco la dosis y aprenden a superar su miedo. No existe semejante poción, por supuesto, pero Platón (hablando, por boca de Sócrates, a un interlocutor cretense), traza una analogía con el vino, del que sugiere que es ideal para inculcar autocontrol:

¿Qué es más indicado que el uso festivo del vino, en primer lugar para poner a prueba y en segundo para formar el carácter de un hombre, si se toman precauciones en su consumo? ¿Qué es más barato, o más inocente? Pues considera por un momento cuál es el mayor riesgo: ¿preferirías poner a prueba a un hombre de naturaleza taciturna y feroz, que es la fuente de

diez mil actos de injusticia, haciendo negocios con él con riesgo para tu persona, o teniéndolo como compañero en el festival de Dioniso? ¿O preferirías, si quisieras aplicar una piedra de toque a un hombre propenso al amor, confiarle a tu esposa, tus hijos o tus hijas, poniendo en peligro tus más amados intereses para obtener un atisbo de la condición de su alma? Me parece que ni un cretense ni ningún otro hombre dudará de que una prueba así es una prueba justa, y más segura, barata y veloz que cualquier otra.

Del mismo modo. Platón veía la bebida como un modo para ponerse a prueba uno mismo, sometiendo las pasiones avivadas por el vino: ira, amor, orgullo, ignorancia, codicia y cobardía. Llegó a redactar reglas para la correcta dirección de un *simposion*, que en teoría permitirían a un hombre desarrollar cierta resistencia a sus ansias irracionales y prevalecer sobre sus demonios interiores. El vino, declaró, «fue concedido [al hombre] como un bálsamo, y para imponer el pudor en el alma y la salud y la fuerza en el cuerpo».

El *simposion* también se prestaba a analogías políticas. Desde un punto de vista moderno, un encuentro en el que todos bebían como iguales de un recipiente compartido parece encarnar la idea de la democracia. El *simposion* era, en efecto, democrático, aunque no en el sentido moderno de la palabra. Estaba reservado en exclusiva a hombres privilegiados; sin embargo, lo mismo era cierto, en la variedad ateniense de la democracia, del derecho al voto, que solo estaba concedido a los hombres libres o, lo que es lo mismo, a cerca de una quinta parte de la población. La democracia griega se basaba en la esclavitud. Sin esclavos que hiciesen todo el trabajo duro, los hombres no habrían dispuesto de suficiente tiempo libre para participar en la política.

Platón recelaba de la democracia. Para empezar, interfería con el orden natural de las cosas. ¿Por qué iba un hombre a obedecer a su padre, o un estudiante a su maestro, si eran técnicamente iguales? Dejar demasiado poder en manos de la gente común, sostenía en su libro *La república*, conducía de manera inevitable a la anarquía, momento en el cual solo la tiranía podía restaurar el orden. En *La república*, sitúa a Sócrates denunciando a los defensores de la democracia como malvados servidores de vino que espoleaban a los sedientos a regodearse en el «vino fuerte de la libertad». El poder, en otras palabras es como el vino, y puede embriagar cuando lo consumen en grandes cantidades quienes no están acostumbrados

a él. El resultado en ambos casos es el caos. Es una de las muchas alusiones al *simposion* que figuran en *La república*, y casi todas ellas son desdeñosas (Platón creía que la sociedad ideal, en cambio, sería la dirigida por una élite de guardianes, encabezados por reyes filósofos.)

En resumen, el *simposion* reflejaba la naturaleza humana y tenía aspectos buenos y malos. Sin embargo, siempre que se siguieran las reglas correctas, concluía Platón, sus aspectos positivos podían superar a los negativos. De hecho, al fundar su academia, situada a las afueras de Atenas y donde enseñó filosofía durante más de cuarenta años y redactó la mayor parte de sus escritos, el *simposion* proporcionó el modelo para su estilo de enseñanza.

Los cronistas señalan que, después de cada jornada de lecturas y debates, él y sus estudiantes comían y bebían juntos para «disfrutar de su mutua compañía y ante todo para recrearse con eruditas tertulias». El vino se servía de acuerdo con los preceptos de Platón, en cantidades moderadas para asegurarse de que la principal variedad de recreación fuese la intelectual; un coetáneo observó que quienes cenaban con Platón se sentían perfectamente al día siguiente. No había ni músicos ni bailarines, pues el filósofo pensaba que los hombres educados deberían ser capaces de entretenerse «hablando y escuchando por turnos y de manera ordenada». Hoy día, ese mismo formato sobrevive como marco para el intercambio académico, en forma de seminario de eruditos, o simposio, en el que los participantes hablan por turnos y se fomenta el debate y la discusión dentro de unos límites preceptivos.

Un ánfora de cultura

Con sus divisiones sociales cuidadosamente calibradas, su reputación de sofisticación cultural sin parangón y su fomento tanto del hedonismo como de la curiosidad filosófica, el vino encarnaba la cultura griega. Esos valores acompañaron al vino griego a medida que lo exportaban; a lo largo y ancho del mundo. La distribución de los cántaros de vino griegos, o ánforas, aporta testimonios arqueológicos de la extendida popularidad del producto y de la no menos extendida influencia de las costumbres y los

valores griegos. Hacia el siglo V a.E.C., el vino griego se exportaba a lugares tan lejanos como el sur de Francia por el oeste, Egipto por el sur, la península de Crimea por el este y la región del Danubio por el norte. Era un comercio a gran escala; un solo pecio hallado frente a las costas meridionales de Francia contenía nada menos que 10.000 ánforas, lo que equivale a 250.000 litros o 333.000 botellas modernas de vino. Además de extender el vino en sí, los comerciantes y colonos griegos difundían el conocimiento de su cultivo, que introdujeron en Sicilia, el sur de Italia y la Francia meridional, aunque no está claro si la viticultura llegó a España y Portugal por medio de griegos o por los fenicios (una cultura marinera cuyo centro era la región que hoy día ocupan Siria y el Líbano).

Un túmulo funerario celta hallado en la Francia central y datado en el siglo VI a.E.C. contenía el cuerpo de una joven noble tumbada en la caja de un carro, cuyas ruedas habían retirado y dejado a un lado. Entre los objetos de valor encontrados en la tumba había un juego completo de recipientes importados de Grecia, entre ellos una cratera de grandes dimensiones y de elaborada decoración. Se han hallado recipientes parecidos en otras tumbas célticas. También se exportaron enormes cantidades de vino y recipientes griegos a Italia, donde los etruscos adoptaron con entusiasmo la costumbre del *simposion* para demostrar su propia sofisticación.

Las otras culturas contemplaban las costumbres griegas como el consumo de vino como algo digno de imitación. Así, los barcos que transportaban el vino llevaban también la civilización griega, que de ánfora en ánfora difundían por todo el Mediterráneo y más allá. El vino suplantó a la cerveza para convertirse en la más civilizada y sofisticada de las bebidas, condición que mantuvo desde ese momento gracias a su relación con los logros intelectuales de la antigua Grecia.

4. La vid imperial

Los baños, el vino y el sexo echan a perder nuestros cuerpos, pero ¿qué hace que la vida valga la pena sino los baños, el vino y el sexo?

Corpus Incriptionis, VI, 15258

Roma contra Grecia

A mediados del siglo 11 a.E.C., los romanos, un pueblo de la Italia central, habían desplazado a los griegos como potencia hegemónica en la cuenca mediterránea. Aun así, se trataba de una extraña victoria, puesto que a los romanos, como a muchos otros pueblos europeos, les gustaba hacer gala de lo sofisticados que eran apropiándose de ciertos aspectos de la cultura griega. Tomaron prestados los dioses y los ritos relacionados con ellos, adoptaron una variedad modificada del alfabeto griego e imitaron la arquitectura helena. La constitución romana se elaboró con clara inspiración de los griegos. Los romanos cultos estudiaban literatura griega y hablaban el idioma. Todo eso condujo a algunos romanos a sostener que la supuesta victoria de su patria sobre Grecia era, en realidad, una derrota. Cuando se llevaron a Roma unas hermosas estatuas griegas tras el saqueo de la colonia helena de Siracusa en 212 a.E.C., Catón el Viejo, un romano cascarrabias que veía a los griegos como una mala influencia, observó: «Los vencidos nos han derrotado a nosotros, y no a la inversa». Estaba en lo cierto.

Catón y otros escépticos oponían a lo que según ellos era la naturaleza débil, poco de fiar y autoindulgente de los griegos la actitud práctica y sensata de los romanos. Sostenían que, aunque en un tiempo la cultura griega había poseído muchas cualidades admirables, desde entonces había degenerado: los griegos se habían ensimismado en su gloriosa historia y habían desarrollado una excesiva afición a los juegos de palabras y los filosofemas. Aun así, pese a todas esas críticas, era innegable que los

romanos estaban en deuda con la cultura griega. El paradójico resultado era que, a pesar de que muchos romanos se cuidaran de no llegar a parecerse demasiado a los griegos, fueron ellos quienes llevaron el legado intelectual y artístico de ese pueblo más lejos que nunca, a medida que su esfera de influencia se extendía por el Mediterráneo y más allá.

El vino ofrecía un modo de resolver esa paradoja, pues su cultivo y consumo proporcionaba una manera de aunar los valores griegos y romanos. Los romanos se enorgullecían de sus orígenes y se veían como una nación de sencillos agricultores convertidos en soldados y administradores. Tras una campaña exitosa, los soldados de Roma a menudo eran recompensados con parcelas de tierra de labranza. El cultivo más prestigioso era la vid; al cultivarla, los hacendados romanos podían convencerse de que permanecían fieles a sus raíces, al mismo tiempo que disfrutaban de espléndidos banquetes y fiestas con bebida en villas de estilo griego.

El propio Catón reconocía que la viticultura proporcionaba un modo de reconciliar los valores romanos tradicionales de frugalidad y sencillez con la sofisticación griega. Cultivar la vid era algo honrado y mundano, pero el vino resultante era un símbolo de civilización. Para los romanos, pues, el vino encarnaba tanto el lugar del que venían como aquello en lo que se habían convertido. El poderío militar de una cultura fundada por afanosos agricultores estaba simbolizado por la insignia que señalaba el rango de centurión romano: una vara de madera cortada de un retoño de vid.

Todas las vides llevan a Roma

A principios del siglo II a.E.C., el vino griego todavía dominaba el comercio mediterráneo del sector y era el único producto que se exportaba en cantidades significativas a la península italiana. Sin embargo, los romanos estaban reduciendo distancias a marchas forzadas, a medida que la elaboración de vino se extendía hacia el norte desde las antiguas colonias griegas del sur, la región conocida por los helenos como «Oenotria», o «la tierra de las viñas domesticadas», que en aquel momento se hallaba bajo

dominio romano. La península italiana pasó a ser la primera región productora de vino del mundo en torno a 146 a.E.C., en el mismo momento en que Roma se convertía en la potencia mediterránea más destacada con la caída de Cartago en el norte de África y el saqueo de la ciudad griega de Corinto.

Del mismo modo que asimilaron y luego distribuyeron tantos otros aspectos de la cultura griega, los romanos adoptaron los mejores vinos y técnicas vinícolas de sus vecinos. Se trasplantaron vides de las islas griegas, lo que permitió que se produjera, por ejemplo, vino quíota en Italia. Los viticultores empezaron a elaborar imitaciones de los vinos griegos más populares, en especial del caldo con sabor a agua de mar de Cos, hasta el punto de que el «coano» se convirtió en un estilo más que una denominación de origen. Los más célebres viticultores se desplazaron de Grecia a Italia, el nuevo centro del comercio. En 70 a.E.C., el escritor romano Plinio el Viejo calculaba que existían ochenta vinos de prestigio en el mundo romano, dos tercios de los cuales se cultivaban en Italia.

Era tal la popularidad del vino que la agricultura de subsistencia no alcanzaba a cubrir la demanda, y el ideal del noble agricultor se vio reemplazado por un enfoque más comercial, basado en grandes villas con terrenos trabajados por esclavos. La producción del vino se amplió a expensas de la del grano, de modo que Roma se volvió dependiente de las importaciones de cereales de sus colonias africanas. La expansión de los latifundios también desplazó a la población rural, a medida que los pequeños agricultores vendían sus terrenos y se trasladaban a la ciudad. La población de Roma aumentó vertiginosamente, desde las cien mil personas de 300 a.E.C. hasta el millón aproximado de 0 E.C., lo que la convirtió en la metrópoli más poblada del mundo. Entretanto, a medida que la producción vinícola se intensificaba en el corazón del mundo romano, el consumo se extendía por sus confines. La gente lo adoptó, junto con otras costumbres, en las regiones donde llegaba el dominio de Roma, y más allá. Los britanos acaudalados dejaron de lado la cerveza y el hidromiel para consumir vinos importados de lugares tan lejanos como el Egeo, y se enviaba vino italiano a regiones tan remotas como el Nilo meridional y el norte de la India. En el siglo I la producción de vino en las provincias romanas del sur de la Galia e Hispania se aceleró para mantener el ritmo de la demanda, aunque los vinos italianos todavía eran considerados los mejores.

El vino se transportaba de un extremo a otro del Mediterráneo en naves que por lo común tenían capacidad para unas dos mil a tres mil ánforas de cerámica, junto con cargamentos secundarios de esclavos, frutos secos, cristalería, perfumes y otros artículos de lujo. Algunos viticultores distribuían su propio vino; se han hallado pecios en los que el nombre del productor de las ánforas coincide con el grabado en el ancla. Las ánforas en las que se despachaba el vino se consideraban por lo general recipientes desechables que solían destruirse en cuanto habían cumplido su cometido. Se han encontrado miles de asas de ánfora, con sellos que indican su lugar de origen, su contenido y otra clase de información, en vertederos de Marsella, Atenas, Alejandría y otros puertos mediterráneos, además de en la propia Roma. El análisis de esos sellos hace posible trazar patrones de comercio y constatar la influencia de la política romana en el comercio del vino. Las asas de ánfora halladas en un vertedero de cuarenta y cinco metros de altura en Horrea Galbana, un enorme almacén de Roma, son sobre todo españolas del siglo II E.C., a raíz, al parecer, de una misteriosa caída de la producción italiana a causa de una plaga. A principios del siglo III, los vinos norteafricanos empezaron a dominar tras el ascenso al poder de Septimio Severo en 193 E.C. Los mercaderes de la Hispania romana habían apoyado a su rival, Albio Clodio, así que el nuevo monarca fomentó la inversión en la región de su localidad natal, Leptis Magna (la actual Trípoli), y dio trato de favor a los vinos de esa zona.

La mayor parte del mejor vino acababa en la propia Roma. Al arribar al puerto de Ostia, unos kilómetros al sudoeste de la ciudad, un enjambre de estibadores cualificados para manipular las pesadas y engorrosas ánforas sobre las precarias pasarelas descargaba el barco. Había buceadores preparados para rescatar algún ánfora que cayera por la borda. Una vez transferido a recipientes más pequeños, el vino seguía su viaje Tíber arriba hasta la ciudad. Allí lo trasladaban a pulso hasta las oscuras bodegas de los almacenes de los comerciantes al por mayor y lo transferían a enormes cubas enterradas en el suelo para mantener fresco el contenido. Allí lo vendían a los comerciantes al por menor, que lo transportaban en ánforas más pequeñas y en carretilla por las angostas callejuelas de la ciudad. Juvenal, autor satírico romano de principios del siglo II E.C., ofrece el siguiente panorama del ajetreo de las calles de Roma:

Estamos atascados

en nuestra prisa por huir de una masa enorme que nos sale al paso, mientras la nutrida muchedumbre nos aplasta la espalda por detrás; un codo o un bastón te golpea, una viga o una vasija de vino te aplasta la cabeza; tengo la pierna cubierta de salpicaduras de barro, por todos lados me pisotean los zapatos, y un soldado me atraviesa el pie con los pinchos de sus suelas.

Después de abrirse paso a través de las caóticas calles, el vino se vendía en jarras en las tiendas del barrio, o en ánforas cuando se trataba de mayores cantidades. Las casas romanas enviaban a esclavos cargados de jarras vacías para adquirirlo, o acordaban el envío de remesas periódicas; había vendedores de vino, montados en carros, que pregonaban su producto de casa en casa. Al final, el vino de las lejanas provincias del mundo romano llegaba a las mesas, y en última instancia a los labios, de los ciudadanos de Roma.

¿Una bebida para todos?

No suele suceder que la elección entre un vino u otro sea una cuestión de vida o muerte. Sin embargo, eso es lo que decidió el destino de Marco Antonio, político y célebre orador romano. En 187 a.E.C., se encontró en el lado equivocado de una de las muchas e interminables luchas por el poder en Roma. Cayo Mario, un anciano general, se había hecho con el poder y emprendido una caza implacable de los partidarios de su rival, Sila. Marco Antonio buscó cobijo en la casa de un conocido de condición social muy inferior, con la esperanza de que a nadie se le ocurriera buscarlo en el hogar de alguien tan pobre. Sin embargo, su anfitrión lo delató sin querer al enviar a su criado a comprar un vino digno de tan distinguido huésped. El sirviente acudió a la vinatería del barrio y, después de catar lo que se le ofrecía, pidió un vino mucho mejor y más caro de lo habitual. Cuando el vendedor le preguntó el motivo, el criado reveló la identidad del invitado de su señor. El vinatero se apresuró en advertir a Mario, que envió a varios soldados para que mataran a Marco Antonio. Aun así, tras irrumpir en su habitación, los soldados no tuvieron coraje para asesinarlo, tal era el poder de su oratoria.

Al final, su oficial al mando, que esperaba fuera, entró para enterarse de lo que pasaba. Tras tachar de cobardes a sus hombres, desenvainó su espada y él mismo decapitó a Marco Antonio.

Al igual que los griegos antes que ellos, los romanos consideraban el vino un producto de primera necesidad. Lo bebían el César y los esclavos por igual. Sin embargo, los romanos elevaron el sibaritismo de los griegos a nuevas cotas. Al anfitrión de Marco Antonio ni se le hubiera pasado por la cabeza servirle un vino de inferior calidad al que solía consumir. La bebida se convirtió en un símbolo de diferenciación social, un indicador de la riqueza y la alcurnia del bebedor. La disparidad entre los miembros más pobres y más ricos de la sociedad romana se reflejaba en el contenido de sus copas de vino. Para los romanos acaudalados, la capacidad de reconocer y citar los mejores caldos era una forma de ostentación; demostraba que eran lo bastante ricos para permitirse los mejores vinos y que habían dedicado tiempo a distinguir entre ellos.

Había consenso respecto a que el mejor caldo era el falerno, un vino italiano de la región de Campania. Su nombre se convirtió en sinónimo de lujo, y todavía se recuerda en la actualidad. El falerno tenía que elaborarse con vides cultivadas en regiones estrictamente acotadas de las laderas del monte Falerno, una montaña situada al sur de la ciudad de Neápolis (la moderna Nápoles). El falerno caucino crecía en las laderas más altas; el falerno fausto, considerado la mejor variedad, crecía en medio, en los terrenos de Fausto, hijo del dictador Sila; el vino que se elaboraba en las laderas más bajas se conocía como falerno, a secas. El mejor falerno era un vino blanco, por lo común envejecido durante al menos diez años, aunque lo ideal era esperar mucho más, hasta que adquiría un color dorado. Lo limitado de la zona de producción y la querencia por un largo envejecimiento hacían que el falerno fuera extremadamente caro, así que se convirtió de manera natural en el vino de la élite. Se decía incluso que tenía orígenes divinos: se suponía que Baco (versión romana del griego Dioniso), el vagabundo dios del vino, había cubierto de viñedos el monte Falerno en señal de gratitud a un noble granjero que, desconocedor de la identidad del dios, le ofreció cobijo para la noche. La historia narra que Baco también convirtió en vino toda la leche que había en la casa.

La cosecha más famosa de falerno fue la de 121 a.E.C., conocida como falerno opimiano por Opimio, que ocupó el cargo de cónsul ese año. Lo bebió Julio César en el siglo I a.E.C., y al emperador Calígula le sirvieron

opimiano de ciento sesenta años en 39 E.C. Marcial, poeta romano del siglo i, describió el falerno como «inmortal», aunque a esas alturas es probable que la cosecha opimiana resultase imbebible. Otros vinos romanos de prestigio eran el cécubo, el sorrentino y el setino; este último era popular en verano y solía mezclarse con nieve procedente de las montañas. Algunos escritores romanos, entre ellos Plinio el Viejo, denunciaron la moda de consumir bebidas frías preparadas de ese modo como otro ejemplo más de la decadencia de su época, tildándola de antinatural, puesto que iba en contra de las estaciones. Mientras los tradicionalistas propugnaban un retorno a la anticuada frugalidad romana, a otros les preocupaba que el ostentoso despilfarro en comida y bebida despertara las iras de los pobres.

Por consiguiente, se aprobaron numerosas «leyes suntuarias» para intentar contener los extravagantes gustos de los ciudadanos más ricos de Roma. El que se aprobaran tantas leyes de ese tipo demuestra que rara vez se obedecían o imponían. Una ley aprobada en 161 a.E.C. especificaba la cantidad que podía gastarse en comida y entretenimiento cada día del mes; leyes posteriores introdujeron normas especiales para bodas y funerales, regularon qué clase de carne podía servirse y vedaron por completo el consumo de algunos alimentos. Otras reglas estipulaban que los hombres no podían llevar prendas de seda, que solo debían usarse jarros de oro en ceremonias religiosas y que los comedores debían construirse con ventanas que dieran al exterior, para que los funcionarios pudieran comprobar que no se infringía ninguna norma. Hacia la época de Julio César, los inspectores deambulaban a veces por los mercados o irrumpían en los banquetes para confiscar alimentos prohibidos, y funcionarios del Estado supervisaban los alimentos que se servían.

Mientras los romanos más ricos bebían los mejores vinos, los ciudadanos más pobres consumían cosechas cada vez peores a medida que se descendía en la escala social. Tan afinada era la estratificación del vino según la condición social que a los bebedores de un banquete romano, o *convivium*, se les servían caldos diferentes en función de su posición en la sociedad. Era solo una de las muchas maneras en que el *convivium* difería de su prototipo griego, el *simposion*. Mientras que el *simposion* era, al menos en teoría, un foro en el que los participantes bebían como iguales de una crátera compartida, en busca de placer y quizá de iluminación filosófica, el *convivium* era una oportunidad para recalcar las divisiones sociales, no para dejarlas de lado en una fugaz confusión alcohólica.

Al igual que los griegos, los romanos bebían su vino al estilo «civilizado», es decir, mezclado con el agua que un complejo sistema de acueductos llevaba a sus ciudades. Sin embargo, por lo general cada bebedor mezclaba el vino y el agua por su cuenta, y al parecer la crátera comunitaria rara vez se utilizaba. La disposición de los asientos también era menos igualitaria que la del *simposion*, pues algunos estaban vinculados a una condición superior a la de otros. El *convivium* reflejaba el sistema de clases romano, que se basaba en el concepto de patrones y clientes. Los ciudadanos clientes dependían de patrones, que a su vez dependían de otros patrones, y cada patrón proporcionaba a su clientela beneficios (como alguna dotación económica, consejo legal o influencia política) a cambio de deberes específicos. Por ejemplo, se esperaba de los clientes que acompañaran a sus patrones al Foro todas las mañanas, y el tamaño del séquito de cada patrón era indicativo de su poder. Sin embargo, si un patrón invitaba a un cliente a un *convivium*, este a menudo se encontraría con que le servían vino y comida inferiores a las del resto de invitados, y es posible que de pronto se convirtiera en el blanco de las bromas de los demás comensales. Plinio el Joven, que vivió a finales del siglo I E.C., relata una cena en la que se sirvió buen vino al anfitrión y sus amigos, vino de segunda al resto de invitados y vino de tercera a los libertos (antiguos esclavos).

Esos vinos de inferior calidad se adulteraban a menudo con diversos aditivos, bien para que actuaran como conservantes o para disimular que se habían echado a perder. La brea, que a veces se utilizaba para sellar ánforas, se añadía al vino en ocasiones como conservante, al igual que pequeñas cantidades de sal o agua marina, una práctica heredada de los griegos. Columela, un tratadista agrícola romano del siglo I E.C., afirma que, cuando se usan con precaución, esos conservantes pueden añadirse al vino sin afectar a su sabor. Pueden incluso mejorarlo: una de sus recetas, para elaborar un vino blanco fermentado con agua marina y fenogreco, produce un caldo ácido y con regusto a nueces muy parecido al moderno jerez seco. El *mulsum*, una mezcla de vino y miel, se popularizó como aperitivo de moda durante el reinado de Tiberio a principios del siglo I, mientras que el *rosatum* era una bebida similar aromatizada con rosas. Aun así, las hierbas, la miel y otros aditivos se mezclaban por lo general con vinos de baja calidad para camuflar sus imperfecciones.



Bebedores de vino en un elaborado banquete romano

Algunos romanos llevaban incluso hierbas y otros aromatizantes encima cuando viajaban, para mejorar el sabor del vino de mala calidad. Si bien en la actualidad las personas que aprecian el buen vino quizá se sorprendan del uso griego y romano de aditivos, no es tan diferente de la moderna utilización del roble como agente aromatizante que a menudo hace más apetecibles vinos que de otro modo resultarían anodinos.

Por debajo de esos vinos adulterados estaba la *posca*, una bebida que se elaboraba mezclando agua con vino picado y avinagrado. La *posca* se asignaba por lo general a los soldados romanos cuando no había mejores vinos disponibles, por ejemplo durante las largas campañas. En la práctica,

se trataba de una manera de matar los gérmenes del agua. Cuando un legionario ofreció a Jesucristo una esponja empapada en vinagre durante su crucifixión, es posible que el vino en cuestión fuera *posea*. Por fin, el último peldaño del escalafón romano del vino lo ocupaba la *lora*, la bebida que solía servirse a los esclavos, y que difícilmente podría calificarse de vino. Se elaboraba mojando y prensando las pieles, semillas y tallos sobrantes de la preparación del vino para producir un caldo claro, flojo y amargo. Desde el legendario falerno hasta la humilde *lora*, había un vino para cada peldaño de la escala social.

Vino y medicina

Una de las más célebres catas de vino de la historia se produjo en torno a 170 E.C. en las bodegas imperiales de Roma. Allí, en pleno centro del mundo conocido, se hallaba la mejor colección de vinos que pudiera imaginarse, acumulados por los sucesivos emperadores, para quienes el precio no era un obstáculo. A esas bodegas frescas y húmedas, perforadas por haces de luz, descendió Galeno, médico personal del emperador Marco Aurelio, con una singular misión: encontrar el mejor vino del mundo.

Galeno nació en Pérgamo (la actual Bergama de Turquía), una ciudad del ámbito de habla griega del Imperio romano. De joven había estudiado medicina en Alejandría y después viajado a Egipto, donde se instruyó en remedios indios y africanos. Basándose en las ideas de Hipócrates, Galeno creía que la enfermedad era el resultado de un desequilibrio de los cuatro «humores» corporales: sangre, flema, bilis amarilla y bilis negra. Los excesos de humor podían acumularse en partes concretas del cuerpo y estaban asociados a determinados temperamentos; una acumulación de bilis negra en el bazo, por ejemplo, volvía a la persona melancólica, insomne e irritable. Podía devolverse el equilibrio a los humores mediante técnicas como la sangría. Los diferentes alimentos, que se clasificaban en calientes o fríos, húmedos o secos, también podían influir en los humores: se pensaba que los alimentos fríos y húmedos producían flema, y los calientes y secos, bilis amarilla. Este enfoque sistemático, postulado en los voluminosos escritos de Galeno, tuvo una gran influencia y fue la base de la medicina

occidental durante más de mil años. El hecho de que se tratase de un absoluto despropósito no quedó de manifiesto hasta el siglo XIX.

El interés de Galeno en el vino era sobre todo profesional, aunque no por completo. Siendo un joven médico había atendido a gladiadores y empleado vino para desinfectar sus heridas, una práctica habitual de la época. El vino, como otros alimentos, también podía utilizarse para regular los humores. Galeno recetaba con regularidad vino y remedios basados en el vino para el emperador. Dentro del marco de la teoría de los humores, el vino se consideraba caliente y seco, de modo que propiciaba la bilis amarilla y reducía la flema. Eso significaba que debía evitarlo todo aquel que padeciera de fiebre (enfermedad caliente y seca), pero podía tomarse como remedio para un resfriado (enfermedad fría y húmeda). Cuanto mejor fuera el vino, creía Galeno, más eficacia medicinal tendría: «Intenta siempre conseguir el mejor», recomendó en sus escritos. Puesto que atendía al emperador, Galeno quería asegurarse de que recetaba la cosecha de mayor calidad posible. Acompañado por un bodeguero para que le abriera y resellara las ánforas, se dirigió, como era de esperar, derecho al falerno.

«Puesto que todo lo que es mejor de todos los confines del mundo se abre camino hasta los grandes de la Tierra -escribió Galeno- dentro de su excelencia debe escogerse lo óptimo para los más grandes de entre ellos. Así pues, en cumplimiento de mi deber, descifré las indicaciones de cosecha de las ánforas de todos los vinos falernos sometí a mi paladar todo aquel que tuviera más de veinte años. Seguí- hasta que encontré un vino sin atisbos de amargor. Un vino antiguo que no ha perdido su dulzura es el mejor de todos.» Por desgracia, Galeno no dejó constancia del año de la cosecha de falerno fausto que al final consideró la más apropiada para el cuidado médico del emperador. Sin embargo, tras haberlo identificado, insistió en que Marco Aurelio utilizara ese vino, y no otro, con fines médicos. Entre estos se contaba servir de acompañamiento a su medicina diaria, un antídoto universal preparado para proteger al emperador contra las enfermedades en general y el envenenamiento en particular.

El precursor, en el siglo i a.E.C., de la idea de un antídoto de ese tipo fue Mitridates, rey del Ponto, región que en la actualidad se baila en la Turquía septentrional. Llevó a cabo una serie de experimentos consistentes en administrar diversos venenos mortales a decenas de prisioneros, para determinar el antídoto más eficaz en cada caso. Optó por una mezcla de cuarenta y un ingredientes que debía tomarse a diario. El sabor era

desagradable (uno de los ingredientes era carne de víbora troceada), pero permitió que Mitrídates dejara de preocuparse por que lo envenenaran. Al final fue derrocado por su hijo. Cuenta la historia que, encerrado en una torre, el rey intentó suicidarse, pero, irónicamente, descubrió que ningún veneno surtía efecto. Tuvo que pedirle a uno de sus guardias que lo matara de una puñalada.

Galeno amplió de manera considerable la receta de Mitrídates. Su receta para la triaca -un antídoto para los venenos y remedio universal- contenía setenta y un ingredientes, entre ellos lagartos molidos, jugo de amapola, especias, incienso, enebrinas, jengibre, semillas de cicuta, pasas, hinojo, anís y regaliz. Cuesta imaginar que Marco Aurelio fuera capaz de apreciar el sabor del falerno después de tomar semejante mezcla, pero hizo lo que su eminente médico le decía y la regó con el mejor vino del mundo.

Por qué los cristianos beben vino y los musulmanes no

Marco Aurelio murió en 180 E.C., no envenenado sino a causa de una enfermedad. Durante su última semana de vida solo consumió triaca y vino falerno. El final de su reinado, un período de relativa paz, estabilidad y prosperidad, se considera a menudo el término de la Edad de Oro de Roma. Lo siguió una sucesión de emperadores efímeros, de los cuales casi ninguno murió de causas naturales y que hicieron todo lo posible para defender el Imperio romano de los ataques de los bárbaros en todos los frentes. Postrado en su lecho de muerte en 395 E.C., el emperador Teodosio I dividió el Imperio en una mitad occidental y otra oriental, cada una asignada a uno de sus hijos, en un intento de hacerlo más fácil de defender. Sin embargo; el Imperio de Occidente no tardó en venirse abajo. Los visigodos, una tribu germánica, saquearon Roma en 410 E.C. y después establecieron un reino que abarcaba gran parte de Hispania y la Galia occidental. Roma fue saqueada de nuevo en 455 E.C. por los vándalos, y poco después el Imperio de Occidente estaba fragmentado en una multitud de reinos separados.

De acuerdo con los seculares prejuicios romanos y griegos, el influjo de las tribus norteañas tendría que haber desplazado la civilizada cultura del

vino en beneficio de la barbarie de los consumidores de cerveza. Sin embargo, a pesar de su reputación de amantes de la cerveza, las tribus del norte de Europa, donde el clima era menos propicio para la viticultura, no tenían nada en contra del vino. Por supuesto, muchos aspectos de la vida romana desaparecieron, se interrumpió el comercio y la disponibilidad de vino disminuyó en algunas regiones; por ejemplo, los britanos romanizados al parecer volvieron del vino a la cerveza a medida que el Imperio se desmoronaba. Aun así, cuando los nuevos gobernantes ocuparon el lugar de los romanos, se produjo también una fusión cultural entre las tradiciones romanas, cristianas y germánicas. Un ejemplo de continuidad fue la generalizada supervivencia de la cultura mediterránea del vino, que estaba lo bastante arraigada para sobrevivir a la defunción de sus progenitores griegos y romanos. El código visigodo, por ejemplo, redactado entre los siglos V y VII, especificaba castigos detallados para cualquiera que dañara un viñedo, muy en contra de lo que cabría esperar de unos bárbaros.

Otro factor en la pervivencia de la cultura del vino fue su estrecha vinculación con el cristianismo, cuyo surgimiento durante el primer milenio elevó el vino a una posición de absoluta relevancia simbólica. Según la Biblia, el primer milagro de Cristo, al principio de su ministerio, fue la transformación de seis tinajas de agua en vino en unas bodas celebradas cerca del mar de Galilea. Cristo contó varias parábolas sobre el vino y a menudo se comparó con una vid: «Yo soy la vid, vosotros los sarmientos», dijo a sus seguidores. El ofrecimiento de vino que hizo a sus discípulos en la Última Cena condujo después a su papel en la eucaristía, el crucial ritual cristiano en el que el pan y el vino simbolizan el cuerpo y la sangre de Cristo. Se trataba, en muchos aspectos, de una continuación de la tradición establecida por los miembros de los cultos de Dioniso y su encarnación romana, Baco. Como Cristo, los dioses del vino griego y romano estaban relacionados con milagros de elaboración de vino y resurrección después de la muerte; sus seguidores, como los cristianos, consideraban el consumo de vino una modalidad de comunión sagrada. Aun así, existen acusadas diferencias. El ritual cristiano no tiene nada que ver con su equivalente dionisiaco, y allí donde el primero requiere dosis muy pequeñas de vino, el segundo exige grandes cantidades.

Se ha sugerido que la necesidad de vino que tenía la Iglesia cristiana para la comunión desempeñó un papel importante para proseguir la producción durante los años oscuros que siguieron a la caída de Roma. Sin

embargo, se trata de una exageración, a pesar de los estrechos lazos entre el cristianismo y el vino. La cantidad de vino que se necesitaba para la eucaristía era mínima, y hacia 1100 era cada vez más habitual que solo el sacerdote oficiante bebiera del cáliz, mientras los fieles se limitaban a recibir el pan. La mayor parte del vino producido por los viñedos situados en terrenos eclesiásticos o adjudicados a monasterios se destinaba al consumo diario de los miembros de las órdenes religiosas. Los monjes benedictinos, por ejemplo, recibían una ración de casi medio litro de vino al día. En algunos casos, la venta de vino elaborado en las tierras de la Iglesia era una valiosa fuente de ingresos.

Aunque la cultura del vino permaneció intacta dentro de lo que cabe en la Europa cristiana, las pautas de consumo sufrieron un cambio drástico en otras zonas del mundo romano como resultado del surgimiento del Islam. Su fundador, el profeta Mahoma, nació al rededor de 570 E.C. A los cuarenta años se sintió llamado a convertirse en profeta y experimentó una serie de visiones durante las que Alá le reveló el Corán. Las nuevas enseñanzas de Mahoma lo hicieron impopular en La Meca, una ciudad cuya prosperidad dependía de la religión árabe tradicional, de modo que huyó a Medina, donde aumentó el número de sus seguidores. A la muerte de Mahoma, en 632 E.C., el Islam se había convertido en el credo dominante en la mayor parte de Arabia. Un siglo más tarde, sus fieles habían conquistado Persia, Mesopotamia, Palestina y Siria, Egipto y el resto de la costa norteafricana, así como la mayor parte de la península Ibérica. Entre los deberes de los musulmanes se contaban la oración, las limosnas y la abstinencia de bebidas alcohólicas.

Según la tradición, la proscripción del alcohol por parte de Mahoma fue fruto de una pelea entre dos de sus discípulos durante una fiesta con bebida. Cuando el Profeta buscó orientación divina sobre cómo evitar semejantes incidentes, la respuesta de Alá fue tajante: «El vino y los juegos de azar [...] no son sino abominación y obra del Demonio. ¡Evitadlos, pues! Quizá así prosperaréis. El Demonio solo quiere crear hostilidad y odio entre vosotros valiéndose del vino y el juego, e impediros que recordéis a Dios y practiquéis la azalá. ¿Os abstendréis, pues?». Por tanto, el castigo para cualquiera que quebrantara esa norma se fijó en cuarenta latigazos. Sin embargo, parece probable que la prohibición musulmana del alcohol fuera también resultado de fuerzas culturales más amplias. Con el auge del Islam, el poder se desplazó de los pueblos de la costa mediterránea hacia las tribus

del desierto de Arabia. Esas tribus expresaron su superioridad sobre las élites anteriores sustituyendo los vehículos de ruedas por camellos, las sillas y mesas por cojines, y prohibiendo el consumo de vino, el más poderoso símbolo de la sofisticación. Al hacerlo, los musulmanes evidenciaron su rechazo de las viejas nociones de civilización. El destacado papel del vino en el credo rival del cristianismo también predispuso en su contra a los musulmanes; incluso su uso médico fue proscrito. Después de mucho debate, la prohibición se hizo extensible a otras bebidas alcohólicas. A medida que se extendía el Islam, también lo hizo la prohibición del alcohol.

No obstante, el veto se aplicaba con más rigor en unos lugares que en otros. En la obra de Abu Nuwas y otros poetas árabes se celebra el vino, y la producción se mantuvo en la península Ibérica, por ejemplo, aunque ello estuviera prohibido. Y el hecho de que se dijera que al propio Mahoma le gustaba el vino de dátiles ligeramente fermentado llevó a algunos musulmanes españoles a sostener que su objeción no era tanto hacia el vino en sí como hacia su abuso. Solo el vino elaborado con uvas se había prohibido de manera explícita, se supone que a causa de que era muy fuerte; en consecuencia, el consumo de vino de uva debería permitirse siempre y cuando se diluyera de tal modo que no fuese más fuerte que el vino de dátiles. Esa sutil interpretación fue controvertida, pero logró ofrecer algo de margen. De hecho, parece que las fiestas con consumo de vino semejantes a los *simposia* griegos fueron populares en algunos sectores del mundo musulmán. Al fin y al cabo, mezclar el vino con agua reducía considerablemente su fuerza y parecía ajustarse a la visión del paraíso de Mahoma: un jardín en el que a los justos «se les dará de beber un vino generoso y con sello, mezclado con agua de Tasnim, fuente de la que beberán los allegados».

El avance del Islam en Europa se frenó en 732 E.C. en la batalla de Tours, en la Francia central, donde Carlos Martel, el más carismático de los príncipes del reino franco, que se correspondía a grandes rasgos con la moderna Francia, denotó a las tropas árabes. Esa batalla, uno de los momentos decisivos de la historia mundial, señaló el cenit de la influencia árabe en Europa. La posterior coronación del nieto de Martel, Carlomagno, como emperador del Sacro Imperio en 800 E.C., anunció el inicio de un período de consolidación y eventual revitalización de la cultura europea.

«¡Ay de mí! -escribió a un amigo Alcuino, erudito y uno de los consejeros de Carlomagno, durante una visita a Inglaterra a principios del siglo IX E.C.-. El vino ha desaparecido de nuestros odres y la cerveza amarga hace estragos en nuestras panzas. Y puesto que nosotros no lo tenemos, bebe en nuestro nombre y disfruta de un día alegre.» El lamento de Alcuino ilustra que el vino escaseaba en Inglaterra, como sucedía en el norte de Europa. En esas zonas, donde el vino no podía producirse de manera local sino que había que importarlo, predominaban la cerveza y el hidromiel (una bebida híbrida elaborada fermentando granos de cereal con miel). La distinción entre cerveza en el norte de Europa y vino en el sur subsiste hoy día. Los modernos patrones de bebida europeos cristalizaron a mediados del primer milenio y fueron determinados en gran medida por el alcance de las influencias griega y romana.

El consumo de vino, por lo general con moderación y en las comidas, todavía predomina en el sur de Europa, dentro de las antiguas fronteras del Imperio romano. En el norte del continente, más allá de la influencia del gobierno romano, el consumo de cerveza, por lo común sin acompañamiento de comida, es más habitual. Hoy día, los primeros productores de vino del mundo son Francia, Italia y España, mientras que Luxemburgo, Francia e Italia son los principales consumidores, con una media de alrededor de cincuenta y cinco litros al año por persona. En cambio, la mayoría de los países donde se consume más cerveza habrían sido considerados bárbaros; por los romanos: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, la República Checa, Gran Bretaña e Irlanda.

Las actitudes griegas y romanas respecto del vino, basadas a su vez en antiguas tradiciones de Oriente Próximo, han sobrevivido también de otras maneras, y se han extendido por todo el mundo. Allí donde se bebe alcohol, el vino es considerado la más civilizada y culta de las bebidas. En esos países, es vino, y no cerveza, lo que se sirve en banquetes oficiales y cumbres políticas: ello ilustra el duradero vínculo del vino con el estatus, el poder y la riqueza.

También es el vino el que ofrece más margen para el sibaritismo y la diferenciación social. La apreciación de vinos de distintas procedencias empezó con los griegos, y la relación entre el tipo de vino y la condición

social del bebedor fue reforzada por los romanos. El *simposion* y el *convivium* sobreviven en la moderna fiesta de clase media con bebida, donde el vino aviva una tertulia casi ritual sobre ciertos temas (política, negocios, progreso profesional, precio de la vivienda...) en un ambiente ligeramente formal y con normas concretas sobre el orden en que se consume la comida, la colocación de los cubiertos, etcétera. El anfitrión es responsable de la elección del vino, y se espera que la selección refleje la importancia de la ocasión y la condición social tanto de él como de sus invitados; una escena que cualquier romano que viajase en el tiempo reconocería de inmediato.

LOS LICORES EN EL PERIODO COLONIAL

5. Espíritu emprendedor, descubrimientos espirituosos

Puede destilarse vino utilizando un baño de agua, y sale del color del agua de rosas.

Abu Yusuf Yaqub ibn Ishaq al-Sabbah al-Kindi, científico y filósofo árabe (c. 801-873), en *El libro de la química del perfume y las destilaciones*.

Un regalo de los árabes

En las postrimerías del I milenio E.C., la ciudad más espléndida y culta de la Europa occidental no era Roma, Bizancio o Londres, sino Córdoba, la capital de al-Andalus. Tenía parques, palacios, calles pavimentadas, lámparas de aceite para iluminar las calles, setecientas mezquitas, trescientos baños públicos y unos extensos sistemas de drenaje y alcantarillado. Lo más impresionante de todo quizá fuera la biblioteca, finalizada en torno a 970 E.C., que contenía casi medio millón de libros, más que cualquier otra biblioteca de Europa o, a decir verdad, de la mayoría de los países del continente. Y no era más que la mayor de las setenta bibliotecas de la ciudad. No es de extrañar que Hroswitha, una cronista alemana del siglo x, describiera Córdoba como «la joya del mundo».

Córdoba no era más que uno de los grandes centros de estudio del mundo árabe, un territorio inmenso que se extendía en su apogeo desde los Pirineos en Francia hasta la cordillera del Pamir en Asia Central, mientras que por el sur llegaba hasta el valle del Indo, en la India. En una época en que el saber de los griegos se había perdido en la mayor parte de Europa, los eruditos árabes de Córdoba, Damasco y Bagdad retomaban la ciencia de las fuentes griega indias y persas para lograr nuevos avances en campos como la astronomía, las matemáticas, la medicina y la filosofía.

Desarrollaron el astrolabio, el álgebra y el sistema numérico moderno, fueron pioneros en el uso de hierbas como anestésico e idearon nuevas técnicas de navegación basadas en la brújula magnética (un préstamo de China), la trigonometría y los mapas náuticos. Entre sus muchos logros también perfeccionaron y popularizaron una técnica que dio paso a una nueva gama de bebidas: la destilación.

Ese proceso, que consiste en vaporizar y luego recondensar un líquido para separar y purificar sus partes constituyentes, tiene orígenes antiguos. Se ha hallado equipo rudimentario de destilación datado en el IV milenio a.E.C. en el norte de Mesopotamia donde a juzgar por inscripciones cuneiformes posteriores, se utilizaba para crear perfumes. Los griegos y los romanos también conocían la técnica; Aristóteles, por ejemplo, observó que el vapor condensado producto de la ebullición de agua salada no contenía sal. Sin embargo, fue más tarde, en el mundo árabe, cuando la destilación se aplicó de manera rutinaria al vino, algo a lo que se dedicó muy en especial el estudioso del siglo VIII Jabir ibn Hayan, recordado como uno de los padres de la química. Diseñó una modalidad mejorada de artefacto destilador, o alambique, con la que él y otros químicos árabes destilaron vino y otras sustancias para utilizarlas en sus experimentos.

Destilar el vino lo vuelve mucho más fuerte, porque el punto de ebullición del alcohol (setenta y ocho grados centígrados) es más bajo que el del agua (cien grados). A medida que el vino se calienta, empieza a salir vapor de su superficie mucho antes de que el líquido rompa a hervir. Gracias al punto de ebullición más bajo del alcohol, ese vapor contiene, proporcionalmente, más alcohol y menos agua que el líquido original. Al recoger y condensar ese vapor rico en alcohol se obtiene un líquido de un contenido mucho más alcohólico que el vino, aunque está lejos de ser alcohol puro, ya que algo de agua y diversas impurezas se evaporan a temperaturas inferiores a los cien grados. Con todo, el contenido alcohólico puede incrementarse mediante la destilación repetida, también conocida como rectificación.

El conocimiento de la destilación fue uno de los muchos aspectos del saber antiguo que los eruditos árabes preservaron y ampliaron y, una vez traducido del árabe al latín, ayudó a reavivar el espíritu del aprendizaje en la Europa occidental. La palabra «alambique» ejemplifica esa combinación de saber antiguo e innovación árabe. Deriva de la voz árabe *al-ambiq*, que a su vez proviene de la palabra griega *ambix*, que se refiere al recipiente de

forma específica que se utiliza en la destilación. Asimismo, la palabra moderna «alcohol» ilumina los orígenes de las bebidas alcohólicas destiladas en los laboratorios de los alquimistas árabes. Deriva de *al-kohl*, el nombre otorgado al polvo negro del antimonio purificado, que se utilizaba como cosmético para maquillar los párpados. Los alquimistas conferían al término un uso más general para referirse a otras sustancias altamente purificadas, entre ellas los líquidos, de modo que más adelante el vino destilado llegó a conocerse como «alcohol de vino».

A partir de sus oscuros orígenes en laboratorios alquímicos, las nuevas bebidas que surgieron con la destilación alcanzaron su auge durante la época de las exploraciones, cuando los exploradores marítimos europeos fundaron colonias y luego imperios por todo el mundo. Las bebidas destiladas ofrecían una variedad duradera y consistente de alcohol para su transporte en barco, y además ofrecían toda una gama de usos alternativos. Los licores se convirtieron en artículos económicos de tanta relevancia que su tasación y su control llegaron a ser cuestiones de gran importancia política y contribuyeron a configurar el curso de la historia. Los abstemios eruditos árabes, que fueron los primeros en destilar el vino, consideraron el resultado más bien un ingrediente alquímico o un medicamento antes que una bebida común. Solo cuando el conocimiento de la destilación se difundió en la Europa cristiana los licores destilados empezaron a consumirse de forma más masiva.



Equipo de destilación en un laboratorio medieval. La producción de licores comenzó como una misteriosa técnica alquímica conocida solo por unos pocos elegidos

¿Una cura milagrosa?

Una noche de invierno de 1386, los médicos reales fueron convocados a los aposentos de Carlos II de Navarra, gobernante de un pequeño reino en el norte de la actual España. El rey era conocido como Carlos el Malo, sobrenombre que se ganó a principios de su reinado al sofocar una revuelta

con especial crueldad y ferocidad. Su pasatiempo favorito era conspirar contra su suegro, el rey de Francia. En un momento dado, tras una noche de excesos, Carlos había caído víctima de la fiebre y la parálisis. Sus médicos decidieron administrarle una medicina a la que se atribuían poderes curativos milagrosos y que se obtenía utilizando un proceso casi mágico: la destilación del vino.

Uno de los primeros europeos que experimentó con este novedoso proceso fue el alquimista italiano del siglo xii Miguel Salerno, que lo aprendió de textos árabes. «Una mezcla de vino puro y muy fuerte con tres partes de sal, destilado en el recipiente habitual, produce un líquido que estallará en llamas si se le aplica fuego», escribió. Es evidente que en aquel momento solo unos pocos elegidos conocían el proceso, puesto que Salerno escribió varias de las palabras clave de esa frase (entre ellas «vino» y «sal») en un código secreto. Como el vino destilado podía inflamarse, lo llamaron *aqua ardens*, que significa «agua ardiente».

Por supuesto, el adjetivo «ardiente» también describía la desagradable sensación que se notaba en la garganta después de ingerir vino destilado. Aun así, quienes intentaron beber pequeñas cantidades de *aqua ardens* descubrieron que ese malestar inicial, a veces mitigado con el uso de hierbas, quedaba compensado de sobra por la sensación de vigor y bienestar que lo seguía de inmediato. El uso del vino como medicina estaba muy extendido, de modo que parecía lógico que su forma más concentrada y purificada presentara poderes curativos incluso mayores. Hacia finales del siglo xiii, a medida que en toda Europa surgían universidades y escuelas de medicina, los tratados médicos en latín aclamaban el vino destilado como una nueva y milagrosa medicina, el *aqua vitae* o «agua de la vida».

Un firme creyente en el poder terapéutico del vino destilado fue Arnaldo de Vilanova, profesor de la escuela francesa de medicina de Montpellier, que dio instrucciones para destilar el vino alrededor de 1300. «La verdadera agua de la vida llegará en gotas preciosas que, una vez rectificadas mediante tres o cuatro destilaciones sucesivas, concederán la maravillosa quintaesencia del vino -escribió-. La llamamos *aqua vitae*, y el nombre resulta notablemente apropiado puesto que en verdad es un agua de inmortalidad. Prolonga la vida, despeja los malos humores, reaviva el corazón y preserva la juventud.»

El *aqua vitae* parecía sobrenatural, y en cierto sentido lo era, puesto que el vino destilado posee un contenido de alcohol mucho más alto que

cualquier bebida que pueda producirse mediante fermentación natural. Ni siquiera las levaduras más resistentes pueden tolerar un contenido de alcohol superior a más o menos un 15 por ciento, lo que impone un límite natural a la fuerza de las bebidas alcohólicas fermentadas. La destilación permitía a los alquimistas sortear ese límite, que había imperado desde el descubrimiento de la fermentación, miles de años atrás. El pupilo de Arnaldo, Ramon Llull, calificó el aqua vitae de «elemento de reciente revelación a los hombres pero oculto desde la Antigüedad, porque entonces la raza humana era demasiado joven para necesitar este brebaje destinado a reavivar las energías de la moderna decrepitud». Los dos hombres superaron con creces los setenta años, una edad inusualmente avanzada para la época, lo que podría haberse aceptado como prueba del poder prolongador de la vida del aqua vitae.

La maravillosa nueva medicina podía administrarse como bebida o aplicarse de manera tópica a la parte del cuerpo afectada. Los defensores del aqua vitae creían que podía preservar la juventud, mejorar la memoria, tratar las enfermedades del corazón, los nervios las articulaciones, reavivar el corazón, calmar el dolor de muelas, curar la ceguera, los defectos de habla y la parálisis e incluso protegido de la peste. En resumen, se la consideraba una panacea, y por eso los médicos de Carlos el Malo decidieron administrarla a su paciente Trabajando a la luz de las velas, envolvieron al rey en sábanas empapadas de aqua vitae, con la esperanza de que el contacto con el fluido mágico le curara la parálisis. Sin embargo, el tratamiento tuvo resultados desastrosos: un criado descuidado prendió las sábanas sin querer con su vela, y el rey se vio envuelto en llamas en el acto. Se dice que sus súbditos vieron su muerte flamígera y atroz como un juicio divino, pues uno de los últimos actos del rey había sido disponer un drástico aumento de los impuestos.

A lo largo del siglo XV, el aqua vitae empezó a pasar de bebida medicinal a recreativa a medida que se extendía el conocimiento de la destilación. El proceso se vio espoleado por una nueva invención, la imprenta, desarrollada por Johannes Gutenberg durante la década de 1430 (al menos era nueva para los europeos, pues los chinos habían tenido la misma idea algunos siglos antes). El primer libro impreso sobre la destilación fue obra de Michael Puff von Schrick, un médico austriaco, y se publicó en Augsburgo en 1478. Fue tan popular que en 1500 ya habían aparecido catorce ediciones. Entre las afirmaciones realizadas por Von

Schrick destacaban, entre otras, que beber media cucharada de aqua vitae todas las mañanas podía prevenir las enfermedades y que verter un poco en la boca de un moribundo podía otorgarle la fuerza para hablar una última vez.

Sin embargo, para la inmensa mayoría, el atractivo del aqua vitae no residía en sus supuestos beneficios medicinales, sino en su capacidad para embriagar con rapidez y facilidad. Las bebidas destiladas se hicieron especialmente populares en los climas más fríos del norte de Europa, donde el vino era escaso y caro. Mediante la destilación de la cerveza, por primera vez era posible elaborar potentes bebidas alcohólicas con ingredientes locales. El término gaélico para el aqua vitae, huisge beatha, es el origen del whisky del mundo moderno. La nueva bebida no tardó en incorporarse al estilo de vida irlandés. Un cronista recogió la muerte en 1405 de Richard MacRaghnaill, hijo de un jefe de clan irlandés, que murió «después de beber agua de la vida hasta el exceso; y para Richard fue agua de la muerte».

En todo el resto de Europa llamaban al aqua vitae «vino quemado»: en alemán, Branntwein, y en inglés brandywine, o sencillamente brandy. Los europeos empezaron a destilar vino en sus hogares para ponerlo a la venta en días de fiesta, una práctica problemática que llegó a estar lo bastante extendida para que la prohibieran de manera explícita en la ciudad alemana de Nuremberg en 1496. Un médico local observó: «A la vista de que en la actualidad todo el mundo ha dado en el hábito de beber aqua vitae, es necesario recordar la cantidad que uno puede permitirse beber, y aprender a beber de acuerdo con las propias capacidades, si uno desea comportarse como un caballero».

Licor, azúcar y esclavos

La aparición de esas nuevas bebidas destiladas se produjo en el mismo momento en que los exploradores europeos empezaban a abrir las rutas marítimas del mundo, superando el extremo meridional de África rumbo al este y cruzando el Atlántico para establecer los primeros contactos con el Nuevo Mundo en el oeste. El proceso comenzó con la exploración de la

costa occidental africana y el descubrimiento y la colonización de las islas atlánticas más cercanas -primeros pasos en la ruta hacia América- por parte de los exploradores portugueses. Dichas expediciones fueron organizadas y costeadas por el príncipe Enrique de Portugal, también conocido como Enrique el Navegante. A pesar de su nombre, Enrique apenas salió de Portugal. Fue al extranjero tan solo en tres ocasiones (y aun entonces no pasó del norte de África), en tres expediciones militares que respectivamente forjaron, destruyeron y restauraron su reputación de comandante. Sin embargo, desde su base en Sagres fue el cerebro de un ambicioso programa portugués de exploración naval. El príncipe Enrique financiaba las expediciones y cotejaba los informes, las observaciones y los mapas resultantes. También animó a sus capitanes a que utilizaran avances en la navegación como la brújula magnética, junto con la trigonometría y el astrolabio, invención que, al igual que la destilación, los árabes habían introducido en Europa occidental. La principal motivación de portugueses, españoles y demás exploradores de la época era encontrar una ruta alternativa hasta las Indias Orientales, para evitar el monopolio árabe del comercio de las especias. No deja de ser irónico que su éxito final se debiera en parte al uso de tecnologías aportadas por los árabes.

Las islas atlánticas de Madeira, las Azores y las Canarias demostraron ser lugares idóneos para la producción de azúcar, otra aportación árabe. Sin embargo, el cultivo de la caña de azúcar exigía grandes cantidades de agua y mano de obra. Los árabes habían acumulado una serie de técnicas de irrigación y dispositivos para ahorrar trabajo durante su expansión hacia Occidente, entre ellos el tornillo hidráulico, la innovación persa de los acueductos subterráneos y los molinos de agua para procesar la caña. Aun así, la producción de azúcar en el mundo árabe dependía de los esclavos procedentes sobre todo de África oriental. Durante la época de las Cruzadas, los europeos se hicieron con muchas de las plantaciones de azúcar de los árabes, pero carecían de experiencia en ese cultivo y necesitaron más mano de obra todavía para mantener la producción. En la década de 1440, los portugueses empezaron a fletar barcos cargados de esclavos negros desde sus factorías de la costa occidental de África. Al principio los secuestraban, pero no tardaron en acceder a comprárselos a comerciantes africanos a cambio de mercancías europeas.

La esclavitud masiva se desconocía en Europa desde los tiempos de los romanos, en parte por motivos religiosos, pues la doctrina prohibía la

esclavización de un cristiano por parte de otro. Esas objeciones teológicas al nuevo comercio de esclavos se soslayaron o sortearon mediante una serie de argumentos dudosos. En un principio se sugirió que al comprar esclavos y convertirlos al cristianismo los europeos los rescataban de la falsa doctrina del Islam. Sin embargo, más tarde surgió otro: los africanos negros, según algunos teólogos, no podían considerarse humanos del todo ni, en consecuencia, convertirse en cristianos, así que se los podía esclavizar. Eran, de acuerdo con otra teoría, «hijos de Ham», de modo que su esclavitud estaba sancionada por la Biblia. Esta lógica insidiosa no gozó de una amplia aceptación, por lo menos al principio. Sin embargo, la lejanía de las islas atlánticas significaba que el uso de mano de obra esclava podía mantenerse en un conveniente segundo plano. Hacia el año 1500, la introducción de esclavos había convertido Madeira en el mayor exportador de azúcar del mundo, con varias azucareras y dos mil esclavos.

La utilización de esclavos en la producción de azúcar experimentó un acusado crecimiento tras el descubrimiento europeo del Nuevo Mundo por parte de Cristóbal Colón en 1492. Colón buscaba una ruta occidental a las Indias Orientales, pero en lugar de eso encontró las islas del Caribe. No había oro, especias o seda que llevar de vuelta a los reyes españoles, pero Colón declaró, confiado, que las islas eran ideales para el cultivo de azúcar, un negocio que conocía bien. En su segundo viaje al Nuevo Mundo, en 1493, se llevó caña de azúcar de las islas Canarias. No tardó en ponerse en marcha su producción en las islas caribeñas españolas, y en el continente sudamericano, en lo que es hoy Brasil, bajo dominio portugués. Los intentos de esclavizar a los pueblos indígenas fracasaron, ya que sucumbían de manera inexorable a las enfermedades del Viejo Mundo, de modo que los colonos empezaron a importar esclavos directamente de África. A lo largo de cuatro siglos, unos once millones de esclavos fueron transportados de África al Nuevo Mundo, aunque esa cifra subestima la dimensión del sufrimiento humano, ya que hasta la mitad de los esclavos capturados en el continente africano morían de camino hacia la costa. Las bebidas destiladas desempeñaron un papel crucial en este indigno comercio, que se intensificó a medida que los británicos, franceses y holandeses establecían plantaciones de azúcar en el Caribe durante el siglo xvii.

Los negreros africanos que abastecían de esclavos a los europeos aceptaban un abanico de productos a cambio, como telas, conchas, cuencos de metal, jarras y láminas de cobre. Sin embargo, lo más buscado, con

diferencia, eran las bebidas alcohólicas más fuertes. Los africanos de diversas regiones ya habían probado bebidas alcohólicas como el vino de palma, el hidromiel y diversas variedades de cerveza, todo lo cual se remontaba a la Antigüedad. Sin embargo, el alcohol importado de Europa era, en palabras de un comerciante, «solicitado en todas partes», incluso en las regiones musulmanas de África. En los primeros tiempos de la trata de esclavos, cuando era monopolio de los portugueses, los esclavistas africanos desarrollaron querencia por los vinos portugueses fuertes. En 1510, el viajero luso Valentim Fernandes escribió que los wolofes, un pueblo del Senegal, eran «borrachos que obtienen un gran placer de nuestro vino».

El vino era una forma práctica de moneda, pero los traficantes de esclavos europeos pronto descubrieron que el brandy era incluso mejor. Permitía concentrar más alcohol en un espacio menor dentro de la atiborrada bodega de un barco, y su mayor contenido alcohólico actuaba de conservante, con lo que era menos probable que el vino se echara a perder durante el trayecto. Los africanos apreciaban los licores destilados porque eran mucho más concentrados, o «calientes», que sus propias cervezas de grano y sus vinos de palma. Beber alcohol importado se convirtió en una señal de distinción entre los negreros africanos. Los tejidos eran a menudo el artículo más valioso de las remesas de mercancías intercambiadas por esclavos, pero el alcohol, y el brandy en particular, era el más prestigioso.

Pronto llegó a ser habitual que los europeos ofrecieran grandes cantidades de alcohol, conocido como dashee o bizy, como regalo previo al inicio de las negociaciones con los traficantes africanos. Los europeos y los africanos conversaban en una lengua franca derivada del portugués, de la que un comerciante francés transcribió varios ejemplos, como qua qua («lino») y singo me miombo («dame algo de licor fuerte»). Según John Atkins, un cirujano naval británico que relató la trata de esclavos, el negrero africano «nunca tiene a bien negociar con los labios secos». William Bosman, un traficante de esclavos holandés, recomendó que los capitanes de los barcos negreros ofrecieran regalos diarios de brandy a los caciques locales y a los principales comerciantes. Los africanos de Whydah, advirtió, no querían ni oír hablar de negociar si no les habían regalado antes suficiente dashee. «Quien pretenda comerciar allí, debe contentarlos de esta manera», escribió.

El brandy también lubricó los engranajes del comercio de esclavos de otras maneras. Un relato recoge que los barqueros que transportaban mercancías desde tierra hasta los barcos europeos y viceversa recibían como estipendio una botella de brandy al día, además de un extra de dos a cuatro botellas los días en que trabajaban y una más para los domingos. A los guardias que conducían a los esclavos desde los campos de paso de la costa hasta la orilla también les pagaban en brandy. Las relaciones entre licor, esclavos y azúcar se vieron reforzadas tras la invención de una potente y nueva bebida elaborada con los residuos del propio proceso de producción del azúcar. Esa bebida era el ron.

La primera bebida global

Un día de septiembre de 1647, un inglés llamado Richard Ligon avistó por primera vez la isla caribeña de Barbados desde la cubierta del Achilles. «Ahora que ya teníamos a la vista esta isla feliz, cuanto más nos acercábamos, más hermosa se antojaba a nuestros ojos», escribió en una crónica de su viaje. No obstante, las apariencias demostraron ser engañosas, pues cuando Ligon y sus compañeros de viaje desembarcaron, descubrieron que Barbados se hallaba en plena epidemia de peste. Esto echó por tierra los planes de los viajeros, de modo que, pese a sus iniciales intenciones de quedarse solo unos días, Ligon permaneció en la isla tres años. Durante su estancia escribió una descripción detallada de la rica variedad de plantas y animales de la isla, de las costumbres de su población y del funcionamiento de sus plantaciones de azúcar.

Los primeros colonos ingleses habían llegado a Barbados en 1627 y habían encontrado la isla deshabitada. Se pusieron manos a la obra para plantar tabaco, que se había vuelto popular en su patria y había demostrado ser un cultivo rentable para los granjeros de la colonia norteamericana de Virginia. Sin embargo, el tabaco de Barbados era, observó Ligon, «el peor [...] que crece en todo el mundo». De modo que los colonos importaron caña de azúcar, equipamiento y personal cualificado de Brasil. Durante la estancia de Ligon, el azúcar se afianzó como el cultivo más importante de la isla. La industria dependía en gran medida de la mano de obra esclava.

Ligon topó con la lógica religiosa empleada para justificar la esclavitud cuando un esclavo negro, al que había explicado el funcionamiento de una brújula, le preguntó si podía convertirse al cristianismo, «porque pensaba que ser cristiano era estar dotado de los conocimientos que anhelaba». Ligon remitió la petición al amo de los esclavos y recibió la respuesta de que no se permitía a los esclavos convertirse -puesto que «por las leyes de Inglaterra no podemos hacer de un cristiano un esclavo»-, de modo que cualquier esclavo al que se permitiera convertirse tendría que ser liberado. Y eso era impensable, puesto que habría frenado en seco el lucrativo negocio del azúcar. Al cabo de una década, Barbados dominaba el comercio del azúcar y sus magnates se contaban entre los hombres más ricos del Nuevo Mundo.

Los plantadores de Barbados obtuvieron de Brasil algo más que caña de azúcar y equipamiento; también aprendieron a fermentar los subproductos del proceso azucarero y después destilar el resultado para elaborar una potente bebida alcohólica. Los portugueses la llamaban brandy de caña, y la elaboraban a partir de la espuma obtenida del jugo de caña al hervirlo o del propio jugo de caña. Sin embargo, el proceso fue refinado un poco más en Barbados, donde se elaboraba el brandy de caña a partir de la melaza, los residuos de otro modo inservibles de la elaboración del azúcar. Eso hizo posible elaborar brandy de caña de manera mucho más barata y sin merma en la producción de azúcar. Los plantadores de Barbados podían, literalmente, producir su azúcar y además beberlo.

Según Ligon, la bebida resultante, conocida como kill-devil («matadiablo»), era «infinitamente fuerte, pero no muy agradable al paladar... La gente la bebe mucho; de hecho, demasiado, pues a menudo los deja tumbados en el suelo». El vino y la cerveza eran costosos de importar y propensos a estropearse en la travesía desde Europa, pero el «matadiablo» podía elaborarse a escala local y en grandes cantidades. Ligon observó que la bebida se vendía en la propia isla «a los plantadores que no tienen azucareras propias, pero aun así lo beben en exceso, pues lo compran a precios bajos», y también a los barcos de paso, «y lo transportan a lugares extranjeros y se lo beben por el camino». El matadiablo no recibió el nombre por el que se conoce en la actualidad hasta después de la partida de Ligon.

Un viajero que visitó Barbados en 1651 observó que la bebida preferida de los isleños era «el rumbullion, también conocido como *kill-*

devil, que se hace a partir de caña de azúcar destilada, un licor caliente, infernal y terrible». Rumbullion, una palabra del argot del sur de Inglaterra que significa «pelea o conmoción violenta», quizá se eligiera como apodo para la bebida porque ese era con frecuencia el resultado cuando la gente la bebía en exceso.

El rumbullion, pronto abreviado como rum o «ron», se extendió por todo el Caribe y luego más allá. Se lo daban a los esclavos recién llegados como parte del proceso de «acondicionamiento», que cribaba a los débiles y sometía a los díscolos. Se fomentaba que los esclavos dependieran de las raciones regulares de ron, tanto para soportar las exigencias que se les imponían como para desdibujar las penurias asociadas a ellas. También se utilizaba como incentivo: se recompensaba a los esclavos con ron extra por atrapar ratas o realizar tareas especialmente desagradables. Hay registros de plantaciones que sugieren que los esclavos recibían por lo general dos o tres galones (nueve o catorce litros) de ron al año (aunque en algunos casos se llegaba hasta a los sesenta litros), que podían beberse ellos mismos o cambiar por comida. Como resultado, el ron se convirtió en una importante herramienta de control social. Ligon recogió que asimismo se usaba como medicina y que, cuando los esclavos se encontraban mal, el médico le daba a cada uno «una copita de este licor, y eso era una cura inmediata».

El ron también se volvió popular entre los marineros, y desde 1655 se adoptó como sustituto de la tradicional ración de cerveza en los barcos de la Royal Navy en el Caribe. En un siglo se había convertido en la bebida preferida de la marina durante las travesías largas. Sin embargo, sustituir el habitual galón de cerveza floja y percedera por la media pinta de ron tuvo las previsibles consecuencias sobre la disciplina y la eficacia, y llevó al almirante Edward Vernon a dictar la orden de que el ron debía mezclarse con dos pintas de agua. Diluir el ron no afectaba a la cantidad total de alcohol consumida, aunque hacía que los marineros tuvieran más inclinación a beber el agua, de otro modo desagradable, disponible a bordo de los barcos. Lo que demostró ser mucho más importante fue la idea de Vernon de añadir azúcar y zumo de lima a la mezcla para hacerla más apetecible. Había inventado un primitivo cóctel que fue bautizado de inmediato en su honor. El apodo de Vernon era Old Grogam, porque llevaba una capa impermeable hecha de grogam, un tejido tosco endurecido con goma. Su nueva bebida pasó a conocerse como *grog*.

Pero seguía existiendo el problema de que la potencia del ron variaba mucho y los marineros que lo veían aguado para hacer grog se sentían estafados. Antes de la invención de un hidrómetro preciso en el siglo XIX, no existía una manera sencilla de medir la fuerza de una bebida alcohólica. De modo que los sobrecargos de la marina, que eran responsables de distribuir la ración de ron, medían de antemano su fuerza sin mezclar usando una regla general que al parecer fue ideada en los Astilleros Reales. Mezclaban el ron con un poco de agua y unos cuantos granos de pólvora negra y después calentaban la mezcla usando una lupa para concentrar los rayos del sol. Si la pólvora no llegaba a prender, la mezcla era demasiado débil y se añadía más ron. Solo cuando la pólvora empezaba a duras penas a prender se consideraba que la mezcla tenía la fuerza adecuada, que se corresponde con un 48 por ciento de alcohol (si la mezcla era demasiado fuerte, se producía una explosión, y según la tradición en esos casos los marineros tenían derecho a servirse mientras el sobrecargo estaba incapacitado).

Durante el siglo XVIII, el consumo de grog en lugar de cerveza desempeñó un papel invisible para afianzar la supremacía británica en el mar. Una de las principales causas de mortalidad entre los marineros de la época era el escorbuto, una terrible enfermedad que hoy día se sabe provocada por la carencia de vitamina C. La mejor manera de prevenirla - una manera descubierta y olvidada muchas veces a lo largo del siglo XVIII- era administrar dosis regulares de zumo de lima o limón. Por tanto, la incorporación de esos zumos en el grog, obligatoria desde 1795, redujo drásticamente la incidencia del escorbuto. Puesto que la cerveza no contiene vitamina C, el cambio al grog hizo que las tripulaciones británicas fueran en general mucho más saludables. De sus homólogos franceses podía decirse lo contrario, pues para ellos la ración habitual de bebida no era cerveza, sino tres cuartos de litro de vino (el equivalente a una botella moderna). En las travesías largas, esa ración era reemplazada por tres dieciseisavos de litro de eau-de-vie. Dado que el vino contiene pequeñas cantidades de vitamina C pero el eau-de-vie no, el efecto fue reducir la resistencia de la marina francesa al escorbuto, mientras que la de la británica aumentaba. Un médico naval dijo que la capacidad única de la Royal Navy para combatir el escorbuto dobló su rendimiento y contribuyó de manera directa a la posterior victoria de Gran Bretaña sobre las flotas francesa y española en

Trafalgar, en 1805 (también supuso que los marineros británicos fuesen conocidos como limeys, por la lima).

Sin embargo, todo eso se produciría en el futuro lejano, a raíz de la invención del ron. Su importancia inmediata fue como moneda, pues cerraba el triángulo que unía licores, esclavos y azúcar. El ron podía usarse para comprar esclavos con los que producir azúcar cuyos residuos podían transformarse en ron para comprar más esclavos, y así sucesivamente. Jean Barbot, un comerciante francés, observó que al visitar la costa occidental de África en 1679 se había encontrado «una gran alteración: el brandy francés, del que siempre había tenido una buena cantidad a bordo, tenía mucha menos demanda, a causa de que una gran cantidad de licor y ron había sido comprada en esa costa». En 1721, un comerciante inglés informó de que el ron se había convertido en el «principal artículo de trueque» de la costa de los esclavos de África, incluso para el oro. El ron también superó al brandy como moneda de pago para los barqueros y guardias. El brandy ayudó a poner en marcha el comercio transatlántico de azúcar y esclavos, pero el ron lo hizo autosuficiente y mucho más rentable.

A diferencia de la cerveza, que por lo general se producía y consumía a nivel local, y el vino, que en general se elaboraba y comercializaba dentro de una región específica, el ron era resultado de la convergencia de materiales, personas y tecnologías de todo el mundo, y el producto de varias fuerzas históricas en intersección. El azúcar, que tenía su origen en la Polinesia, había sido introducido en Europa por los árabes, llevado a América por Colón y cultivado por los esclavos de Afrecha. El ron destilado de los residuos de su elaboración era consumido tanto por los colonos europeos como por sus esclavos en el Nuevo Mundo. Era una bebida que debía su existencia al espíritu emprendedor y aventurero de la época de las exploraciones, pero que no habría existido sin la crueldad de la trata de esclavos, sobre la que los europeos hicieron la vista gorda durante mucho tiempo. El ron fue la encarnación líquida tanto del triunfo como de la opresión de la primera era de la globalización.

6. Las bebidas que construyeron América

A partir de la barata melaza de las islas francesas, Nueva Inglaterra elaboró el ron que fue la principal fuente de su riqueza, el ron con que compró esclavos para Maryland y las Carolinas y saldó sus deudas con los mercaderes ingleses.

Woodrow Wilson, presidente de Estados Unidos (1856-1924)

La bebida favorita de Norteamérica

El plan inglés de fundar colonias en Norteamérica desde finales del siglo XVI se basaba en una falacia. La opinión generalizada era que la región del continente norteamericano que Inglaterra reivindicaba -las tierras comprendidas entre los treinta y cuatro grados y los treinta y ocho norte, llamadas Virginia en honor a la reina Isabel I, la reina virgen- tendría el mismo clima que la región mediterránea de Europa, puesto que ocupaba latitudes similares. Como resultado, los ingleses esperaban que las colonias americanas, una vez establecidas, pudieran proveer productos mediterráneos como aceitunas y fruta y así reducir su dependencia de las importaciones de la Europa continental. En un folleto se afirmaba que las colonias proporcionarían «los vinos, la fruta y la sal de Francia y España [...] las sedas de Persia e Italia». Del mismo modo, la abundancia de madera eliminaría la necesidad de importarla de Escandinavia. Los colonos y sus valedores de Londres también confiaban en hallar metales preciosos, minerales y joyas. Se esperaba, en fin, que América fuera una tierra de abundancia que arrojara unos beneficios rápidos.

La realidad fue muy diferente. El clima norteamericano, más inclemente de lo esperado, significaba que los cultivos mediterráneos, y otras importaciones como el azúcar y los plátanos, no prosperarían. Tampoco se encontraron metales, minerales ni piedras preciosas, y los

intentos de producir seda fracasaron. En las décadas que siguieron a la fundación de la primera colonia inglesa permanente en 1607, los colonos afrontaron muchas dificultades inesperadas en su lucha por arrancar sustento de la tierra. Tuvieron que lidiar con las enfermedades, la escasez de alimentos, las contiendas internas y las constantes batallas contra los indios del lugar, de cuyas tierras se habían apropiado.

Entre tantas penalidades, asegurar un suministro fiable de alcohol adquirió una gran importancia. Cuando dos de los tres barcos que habían llevado a los primeros colonos permanentes a Virginia en 1607 zarparon de vuelta a Inglaterra, Thomas Studly, uno de los habitantes de la nueva colonia de Jamestown, se quejó de que «no quedaba ni taberna, ni cervecería ni lugar de esparcimiento». El primer barco de abastos, que llegó aquel invierno, transportaba algo de cerveza, aunque gran parte de ella se la había bebido la tripulación. Las siguientes remesas con frecuencia eran de mala calidad o se habían echado a perder durante la travesía. En 1613, un observador español refirió que los trescientos colonos no tenían nada que beber excepto agua, «lo que es contrario a la naturaleza de los ingleses, por lo cual todos desean volver y así lo habrían hecho si de ellos hubiera dependido». En 1620 la situación no había cambiado mucho: la población había aumentado a tres mil pero, como señaló un observador, «la mayor carencia de la que se quejan es la de buena bebida»; en otras palabras, algo que no fuera agua.

Ese mismo año, la escasez de cerveza determinó la ubicación de la segunda colonia inglesa, fundada por los separatistas puritanos conocidos como «los peregrinos». El Mayflower zarpó en 1620 con rumbo al río Hudson, pero avistó tierra más al norte, en la península del cabo Cod. El mal tiempo impedía que el barco se dirigiera al sur, de modo que el capitán dejó a sus pasajeros en la orilla. William Bradford, líder de los peregrinos que fue nombrado gobernador de la colonia, escribió en su diario: «En ese momento no podíamos dedicar tiempo a más búsquedas o consideraciones, pues nuestros víveres estaban muy agotados, sobre todo la cerveza». Los marineros estaban ansiosos por asegurarse una reserva suficiente para el viaje de vuelta, puesto que en aquella época se tenía la errónea creencia de que beber cerveza en un viaje marítimo ofrecía protección contra el escorbuto. Los peregrinos, como los colonos de Virginia, tuvieron que recurrir al agua. «Se piensa que no puede existir mejor agua en el mundo, pero no se me ocurriría preferirla a una buena cerveza -observaba un colono

llamado William Wood-, aunque cualquier hombre la antepondría a una mala cerveza.» Cuando se fundó una tercera colonia, en Massachusetts, los colonos se aseguraron de llevar suficiente cerveza. En 1628, el Arbella, que transportaba al líder de los colonos puritanos, John Winthrop, contaba entre sus provisiones con «cuarenta y dos toneladas de cerveza».

A causa del duro clima, los cereales europeos que podían utilizarse para elaborar cerveza eran muy difíciles del cultivar. En vez de confiar en la cerveza importada de Inglaterra, los colonos intentaron elaborar la suya propia con maíz, puntas de picea, ramitas, savia de arce, calabazas y peladuras de manzana. Una canción de la época da fe de los recursos de aquellos productores: «Oh, podemos hacer licor para endulzarnos los labios, de calabazas, de chirivías, de astillas de nogal». Tampoco tenían la opción de elaborar vino, como los colonos españoles y portugueses de más al sur. Intentaron introducir vides europeas, pero sus esfuerzos fracasaron por culpa del clima, las plagas y, dado que eran del norte de Europa, la falta de experiencia viticultora. Intentaron obtener vino de las uvas locales, pero el resultado era repugnante. Al final, los colonos de Virginia decidieron concentrarse en el cultivo comercial de tabaco e importar cebada malteada (con la que elaborar cerveza) de Europa, junto con el vino y el brandy.

Sin embargo, todo cambió en la segunda mitad del siglo XVII, cuando el ron entró en circulación. Era mucho más barato que el brandy; puesto que se elaboraba con la melaza sobrante en vez de con vino caro, y no había que enviarlo desde el otro lado del Atlántico. Además de ser más barato, el ron también era más fuerte. No tardó en afianzarse como la bebida favorita de los colonos norteamericanos. Aliviaba las penalidades, proporcionaba calor en los duros inviernos y reducía convenientemente la dependencia de las importaciones europeas. Por lo general, los más pobres consumían ron en estado puro, y los más pudientes lo hacían en forma de ponche: una mezcla de licor, azúcar, agua, zumo de limón y especias que se servía en un recipiente muy ornamentado (esa bebida, como la variedad naval más tosca del grog, fue predecesora del cóctel moderno).

Los colonos tomaban ron cuando redactaban un contrato, vendían una granja, firmaban una escritura, compraban mercancías o liquidaban un pleito. Una costumbre dictaba que cualquiera que se echara atrás antes de formalizar un contrato tenía que ofrecer medio barril de cerveza o un galón de ron en compensación. Sin embargo, no todos vieron con buenos ojos la aparición de esa nueva bebida barata y potente. «Es una desdicha que en los

últimos años el rey de las bebidas llamado ron se haya vuelto habitual entre nosotros -se lamentaba el pastor de Boston Increase Mather en 1686-. Quienes son pobres, y malvados también, pueden emborracharse por un penique o dos.»

Desde finales del siglo XVII, el ron constituyó la base de una próspera industria, cuando los comerciantes de Nueva Inglaterra -sobre todo en Salem, Newport, Medford y Boston- empezaron a importar melaza en estado puro en vez de ron para encargarse ellos mismos de la destilación. El ron resultante no se consideraba tan bueno como el de las Indias Occidentales, pero era incluso más barato, que era lo que le importaba a la mayor parte de los bebedores. El ron se convirtió en el artículo manufacturado más rentable de Nueva Inglaterra. Según un observador de la época: «La cantidad de licor que destilan en Boston de la melaza que importan es tan sorprendente como el precio al que lo venden, que está por debajo de los dos chelines por galón; sin embargo, son más famosos por la cantidad y baratura que por la excelencia de su ron». El ron se volvió tan barato que en algunos casos el jornal de un día podía mantener borracho a un trabajador durante una semana.

Del ron a la revolución

Además de vender ron para su consumo local, los destiladores de Nueva Inglaterra encontraron un mercado dispuesto entre los traficantes de esclavos, para quienes el ron se había convertido en la variedad preferida de moneda alcohólica con la que adquirir esclavos en la costa occidental africana. Los destiladores de Newport llegaron a elaborar un ron fuerte para su uso específico como moneda esclavista. Al acumular más alcohol en un volumen dado, ofrecía una modalidad más concentrada de riqueza. No obstante, ese próspero comercio no sentó bien a los plantadores de las islas azucareras británicas ni a sus defensores en Londres, pues los destiladores de Nueva Inglaterra importaban la melaza de las islas francesas. Dado que Francia había prohibido la elaboración de ron en sus colonias para»; proteger su industria nacional del brandy, los azucareros galos estaban encantados de vender a bajo precio su melaza a los destiladores de Nueva

Inglaterra. Al mismo tiempo, se daba la coincidencia de que los productores de azúcar británicos estaban perdiendo terreno ante los franceses en el mercado europeo. El uso de la melaza francesa por parte de los destiladores de Nueva Inglaterra echaba sal en la herida. Los productores británicos reclamaron una intervención del gobierno, y en 1733 se aprobó en Londres una nueva disposición, conocida como Ley de la Melaza (Molasses Act).

La ley impuso un tributo prohibitivo de seis peniques por galón a la melaza importada a las colonias norteamericanas desde colonias o plantaciones extranjeras (o sea, francesas). La idea era incentivar a los destiladores de Nueva Inglaterra para que compraran melaza de las islas azucareras británicas, dado que sus exportaciones no estaban sometidas al impuesto. Sin embargo, las islas británicas no producían ni mucho menos la melaza suficiente para abastecer a la industria del ron de Nueva Inglaterra; y los destiladores, en cualquier caso, consideraban superior el producto francés. Si hubiese sido impuesta con rigor, la ley habría obligado a los destiladores tanto a recortar la producción como a subir los precios, y habría puesto un abrupto punto final a la prosperidad de Nueva Inglaterra eliminando el puntal de su economía, ya que el ron suponía un 80 por ciento de las exportaciones; También habría privado a los colonos norteamericanos de su bebida favorita; a esas alturas, el ron se consumía a un ritmo de casi cuatro galones americanos (dieciocho litros) al año por cada hombre, mujer y niño de las colonias.

De modo que los destiladores hicieron caso omiso de la ley casi por completo, importando de contrabando la melaza de las islas francesas y sobornando cuando era necesario a los funcionarios que debían recaudar el impuesto, aunque la mayoría hacían la vista gorda. Los funcionarios de aduanas se nombraban en Inglaterra, y la mayor parte de ellos se quedaban allí, cobrando su salario y pagando para que algún otro se encargara de sus deberes en ultramar. En consecuencia, esos funcionarios subalternos sentían más simpatía por sus compatriotas de las colonias que por sus superiores de Londres. Transcurridos unos cuantos años tras la aprobación de la ley, la inmensa mayoría del ron producido -más de cinco sextas partes, según algunas estimaciones- todavía se elaboraba con melaza de contrabando. Al mismo tiempo, el número de destilerías que producían ron en Boston pasó de ocho en 1738 a sesenta y tres en 1750. El ron siguió corriendo y mantuvo su importancia en todos los aspectos de la vida colonial. Desempeñó un papel importante en las campañas electorales: cuando, en

1758, George Washington se presentó a las elecciones para la asamblea local de Virginia, la Casa de los Burgueses, su equipo de campaña repartió 127 litros de ron, 227 de ponche de ron, 154 de vino, 209 de cerveza y de sidra, en un condado con solo 391 votantes.

Aunque no se impusiera su cumplimiento, la Ley de la Melaza provocó un gran malestar. Su aprobación fue un grave error por parte del gobierno británico. Al hacer del contrabando algo socialmente aceptable, socavó el respeto por la ley británica en general y sentó un precedente vital: en lo sucesivo, los colonos se sintieron con el derecho de saltarse otras leyes que cargaran con impuestos en apariencia poco razonables a los artículos que entraban o salían de las colonias. Como resultado, el incumplimiento generalizado de la Ley de la Melaza fue un primer paso en el camino a la independencia estadounidense.

El siguiente paso se dio con la aprobación de la Ley del Azúcar en 1764, al final de la guerra de los Siete Años, durante la cual las tropas británicas y los colonos norteamericanos lucharon codo con codo para derrotar a los franceses (el conflicto fue el episodio norteamericano de una guerra más amplia entre Francia y Gran Bretaña, librada en Europa, Norteamérica y la India, de la que puede afirmarse que fue la genuina primera guerra mundial). La victoria aseguró el dominio británico sobre el continente norteamericano pero legó a Gran Bretaña una enorme deuda pública. Con el argumento de que la guerra se había llevado a cabo en gran medida por el bien de los colonos norteamericanos, el gobierno británico concluyó que eran ellos quienes debían ayudar a pagar la factura. Además, muchos de los colonos habían seguido comerciando con el enemigo, Francia, durante la guerra, así que el gobierno decidió reforzar e imponer la Ley de la Melaza. El impuesto de seis peniques por galón se redujo a la mitad, pero el gobierno tomó medidas para garantizar que en adelante se recaudara en su totalidad. Ya no se permitió que los funcionarios de aduanas permanecieran en Gran Bretaña mientras otros cobraban los impuestos por ellos. Se exigió a los gobernadores coloniales que impusieran el estricto cumplimiento de las leyes y arrestaran a los contrabandistas, y se confirió a la Royal Navy el poder de recaudar impuestos en aguas norteamericanas.

La nueva ley, con su objetivo explícito de aumentar los ingresos» más que regular el comercio sin más, fue profundamente impopular en Norteamérica. Los destiladores de ron de Nueva Inglaterra encabezaron la oposición a las nuevas normas y contribuyeron a organizar un boicot a las

importaciones de Gran Bretaña. Muchos norteamericanos, y no solo aquellos cuyo sustento se veía amenazado por la ley, consideraban injusto tener que pagar impuestos a un Parlamento lejano en el que no tenían representación. El grito de «ninguna tasación sin representación» se convirtió en un eslogan popular. Los impulsores de la independencia, conocidos como «Hijos de la Libertad», empezaron a movilizar a la opinión pública a favor de la ruptura con Gran Bretaña. Esos combatientes a menudo se reunían en destilerías y tabernas. Un jefe revolucionario, John Adams, anotó en su diario que había asistido a una reunión de los Hijos de la Libertad en 1766 en «una contaduría de la destilería de Chase and Speakman», donde los participantes bebieron ponche de ron, filmaron en pipa y comieron queso y galletas.

La Ley del Azúcar fue seguida por otras leyes igual de impopulares, entre ellas la Ley del Timbre de 1765, las leyes Townshend de 1767 y la Ley del Té de 1773. La consecuencia fue el Motín del Té de Boston de 1773, en el que se volcaron tres cargamentos de té a las aguas del puerto de Boston en protesta por las nuevas normas tributarias. Sin embargo, aunque el té es la bebida que se asocia con el inicio de la revolución, el ron desempeñó un papel igual de importante en las décadas que precedieron al estallido de la guerra revolucionaria en 1775. Como no podía ser de otra manera, en la víspera del inicio de las hostilidades, cuando Paul Revere realizó su famosa cabalgada de Boston a Lexington para advertir a John Hancock y Samuel Adams de que se acercaban las tropas británicas, hizo una parada para tomarse un rum toddy (ron, azúcar y agua calentados sumergiendo un atizador al rojo en la mezcla) en una taberna de Medford regentada por Isaac Hall, el capitán de la milicia local.

Una vez iniciados los combates, el ron fue la bebida preferida de los soldados norteamericanos durante los seis años de hostilidades. El general Henry Knox, al escribir a George Washington en 1780 sobre la obtención de suministros de los estados del norte, subrayó la especial importancia del ron. «Además del vacuno y el cerdo, el pan y la harina, el ron es un artículo demasiado esencial para omitirlo -escribió-. No habría que escatimar esfuerzos para conseguir generosas cantidades de él.» La tasación del ron y la melaza, que dio inicio al distanciamiento entre Gran Bretaña y sus colonias norteamericanas, había proporcionado al ron un regusto marcadamente revolucionario. Muchos años después de la rendición británica en 1781 y la fundación de los Estados Unidos de América, John

Adams, a la sazón uno de los padres fundadores del país, escribió a un amigo: «No sé por qué deberíamos avergonzarnos de confesar que la melaza fue un ingrediente esencial en la independencia estadounidense. Muchos grandes acontecimientos han derivado de causas mucho más nimias».

Espíritu pionero

El ron fue la bebida del período colonial y de la Revolución norteamericana, pero muchos de los ciudadanos de la joven nación pronto le dieron la espalda en beneficio de otra bebida destilada. A medida que los colonos avanzaban hacia el oeste, alejándose de la costa oriental, pasaron a beber whisky, destilado de granos de cereal fermentados, ya que muchos colonos eran de origen irlandés o escocés y tenían experiencia en la destilación del grano. El suministro de melaza, con la que se elaboraba el ron, también se había interrumpido durante la guerra. Y si bien los cereales como la cebada, el trigo, el centeno y el maíz eran difíciles de cultivar cerca de la costa -de ahí las dificultades iniciales de los colonos para elaborar cerveza-, tierra adentro podían cultivarse con mayor facilidad. El ron, en cambio era un producto marítimo, elaborado en ciudades costeras con melaza importada por mar. Desplazarlo tierra adentro resultaba caro. El whisky podía elaborarse casi en cualquier parte, y no dependía de ingredientes importados sensibles a los impuestos o los bloqueos.

En 1791 ya había más de cinco mil alambiques solo en el oeste de Pensilvania, uno por cada seis personas. El whisky empezó a desempeñar las funciones que antes había cumplido el ron. Era una forma consistente de riqueza: un caballo de carga podía tirar de cuatro bushel de grano, pero se convertían en veinticuatro una vez destilados en whisky. Este se usaba como moneda en el campo; se intercambiaba por otros productos de primera necesidad como la sal, el azúcar, el hierro, la pólvora y los proyectiles. Se daba a los trabajadores de las granjas, se utilizaba en los rituales natalicios y funerarios, se consumía siempre que se firmaban documentos legales y se ofrecía a los jurados en los tribunales y a los

votantes en las campañas políticas. Incluso los eclesiásticos cobraban en whisky.

De modo que cuando el secretario del Tesoro de Estados Unidos, Alexander Hamilton, empezó a buscar un modo de recaudar dinero para saldar la inmensa deuda nacional contraída durante la guerra revolucionaria, fue inevitable la imposición de un impuesto federal interno a la producción de bebidas destiladas. La tasa recaudaría dinero y quizá disuadiera a la gente de beber demasiado. Hamilton creía que un impuesto así sería «favorable a la agricultura, la economía y la salud de la sociedad». En marzo de 1791 se aprobó una ley: a partir del 1 de julio, los destiladores podían pagar un gravamen anual o un impuesto de al menos siete centavos por cada galón de licor producido, en función de su potencia. La polémica no tardó en estallar, sobre todo a lo largo de la frontera occidental. El tributo se le antojaba especialmente injusto a los colonos del interior porque se aplicaba al licor en el momento de salir del alambique, no en el punto de venta. Eso significaba que el whisky producido para consumo particular o trueque también estaba sometido al gravamen. Además, muchos de los colonos habían acudido a Norteamérica para zafarse de los recaudadores de impuestos y las injerencias del gobierno. Se quejaron de que el nuevo gobierno federal no era mejor que el británico, de cuyo dominio Estados Unidos acababa de desembarazarse.

Las diferencias sobre el impuesto del whisky también reflejaban una división más profunda, relativa al equilibrio de poder entre los estados y el gobierno federal. A grandes rasgos, los habitantes de los territorios orientales veían con mejores ojos que los del sur y el oeste la idea de que la ley federal primara sobre la estatal. La nueva ley -que especificaba, entre otras cosas, que los infractores serían procesados por un tribunal federal de Filadelfia, y no en los juzgados locales- parecía favorecer los intereses federalistas del este. James Jackson, de Georgia, declaró en la Cámara de Representantes que el impuesto «privaría a la masa de la población de casi el único lujo del que disfrutaban, el de los licores destilados». Si no se frenaba, ¿qué sería lo siguiente? «Llegará el momento -advertía Jackson- en que no se lavará una camisa sin pagar un impuesto.»



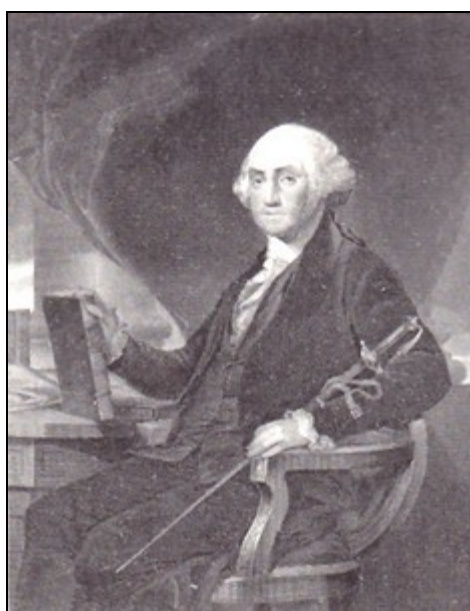
La rebelión del whisky de 1794 (La captura de los recaudadores del impuesto al whisky)

En cuanto la nueva ley entró en vigor, muchos granjeros se negaron a pagar. Se agredía a los recaudadores, se robaba y destruía sus documentos y se arrancaba la silla de montar de sus caballos para despedazarla. La oposición era más fuerte en los condados fronterizos occidentales, separatistas a ultranza, de Fayette, Allegheny, Westmoreland y Washington. Algunos grupos de granjeros contrarios al impuesto empezaron a coordinar una resistencia organizada. A los destiladores que pagaban les agujereaban los alambiques a tiros. En los árboles aparecieron carteles llamando a la desobediencia. El Congreso enmendó la ley en 1792 y 1794 para limitar el impuesto a los destiladores rurales, y concedió a los tribunales estatales la prerrogativa de juzgar a los infractores. Sin embargo, eso no logró aplacar a la oposición. Hamilton, que se dio cuenta de que a esas alturas lo que estaba en juego era la autoridad del gobierno federal, envió agentes federales a la Pensilvania occidental para entregar citaciones a varios granjeros que se habían negado a pagar.

La violencia estalló cuando entregaron una de esas citaciones al granjero William Miller, en julio de 1794. Uno de los socios de Miller realizó un disparo contra el grupo del agente federal, aunque nadie resultó

herido. A lo largo de los siguientes dos días ambos bandos se enfrentaron en diversas escaramuzas, la pandilla de «muchachos del whisky» contrarios al impuesto creció hasta alcanzar los quinientos miembros y se produjeron muertes en los dos lados. David Bradford, un ambicioso fiscal, asumió el liderazgo de los muchachos del whisky y pidió apoyo a la población local. Unos seis mil hombres se reunieron en Braddock's Field, cerca de Pittsburg. Bradford fue elegido general de ese ejército improvisado. Entre momentos de euforia, ejercicios militares y prácticas de tiro, los rebeldes aprobaron resoluciones que propugnaban la secesión de Estados Unidos y la fundación de un nuevo Estado independiente.

Convencido por Hamilton de que era necesaria una acción contundente, el presidente George Washington llamó a filas a trece mil milicianos de Pensilvania oriental, Nueva Jersey, Virginia y Maryland. Esas tropas, con piezas de artillería, provisiones y reservas de whisky con el impuesto pagado, fueron enviadas al otro lado de las montañas, a Pittsburg, para demostrar a los secesionistas la preeminencia del gobierno federal. Sin embargo, la incipiente rebelión ya se estaba desmoronando. Cuando vio que el enemigo se acercaba, Bradford huyó y sus partidarios se evaporaron. Irónicamente, la llegada de la milicia para enfrentarse a los muchachos del whisky hizo mucho por resolver el problema: al final de su marcha, los soldados federales querían más whisky, que pagaron con dinero contante y sonante. Eso proporcionó a los destiladores de Pensilvania occidental los fondos con que sufragar el impuesto.



George Washington

Un grupo simbólico de veinte rebeldes fue llevado de vuelta a Filadelfia y se les obligó a desfilar por las calles. Sin embargo, aparte de unos meses de cárcel, no recibieron otro castigo. Dos de ellos fueron condenados a muerte, pero más tarde el presidente les concedió el indulto. En última instancia, el impuesto sobre los licores fracasó y fue revocado unos años después. El que la milicia federal sofocase la rebelión costó un millón y medio de dólares, casi una tercera parte del importe total recaudado por los impuestos durante los diez años que la ley estuvo en vigor. Aun así, si bien es cierto que tanto la rebelión como el impuesto fracasaron, la represión de la Rebelión del Whisky, la primera protesta a causa de los impuestos desde la independencia, fue una convincente demostración de que la ley federal no podía desoírse, y un momento decisivo en la historia temprana de Estados Unidos.

El fracaso de la rebelión condujo también al desarrollo de otra bebida, cuando los rebeldes escoceses e irlandeses se desplazaron más al oeste, hacia el nuevo estado de Kentucky. Allí empezaron a elaborar whisky a partir del maíz, además del centeno. Los pioneros de esa nueva variedad de whisky vivían en el condado de Bourbon, de modo que la bebida fue conocida con este nombre. El uso del maíz, un cultivo autóctono, le confería un aroma característico.

En los últimos años de su vida, el propio George Washington fundó una destilería. La idea se la dio el administrador de su granja, un escocés que sugirió que el grano cosechado en la finca de Washington, Mount Vernon, podía convertirse en whisky y generar beneficios. En 1797 empezaron a funcionar dos alambiques, y en el apogeo de la producción, poco antes de la muerte de Washington en diciembre de 1799, ya eran cinco. Ese año produjo once mil galones de centeno, que vendió a escala local para obtener unos beneficios de 7.500 dólares. También regaló barriles a sus familiares y amigos. «Doscientos galones de whisky estarán listos hoy para cuando vengas -le escribió a su sobrino el 29 de octubre de 1799-, y cuanto antes te los lleves, mejor, porque la demanda (por estos lares) es pujante.»

Las actividades de Washington como productor de whisky suponían un acusado contraste con las actitudes de otro de los padres fundadores de Estados Unidos, Thomas Jefferson, que denunció «el veneno del whisky» y

dejó a la posteridad las siguientes palabras: «Ninguna nación está borracha donde el vino es barato, y ninguna sobria donde lo entrañable del vino se ve sustituido por los licores: ardientes como bebida común». Jefferson hizo todo lo posible por cultivar vides en Norteamérica, y propugnó una reducción de los aranceles al vino importado como «único antídoto contra el mal del whisky». Sin embargo, la suya era una causa perdida. El vino era mucho más caro, contenía menos alcohol y carecía de las connotaciones estadounidenses del whisky, una bebida humilde asociada a la independencia y la autosuficiencia.

Colonialismo en botella

A lo largo de todo el período colonial, los licores ofrecieron una válvula de escape de las penalidades, tanto de las autoimpuestas que experimentaban las colonias europeas como de las mucho mayores que se imponían a los esclavos africanos y a los pueblos indígenas, ya que, además de utilizar los licores para adquirir, someter y controlar a los esclavos, los colonos europeos de las Américas explotaban a sabiendas el entusiasmo de los indios locales por las bebidas destiladas como medio de subyugación.

El origen de ese entusiasmo es muy controvertido, pero al parecer se debía a la creencia de los indios en que los licores, al igual que las plantas alucinógenas autóctonas, poseían poderes sobrenaturales a los que el bebedor solo podía acceder si se permitía alcanzar un estado de completa embriaguez. Un observador neoyorquino de finales del siglo XVII comentó que los hombres de las tribus indias eran «grandes amantes de la bebida fuerte, aunque no se molestan en beber si no tienen suficiente para embriagarse». Si no había suficiente para que todo el grupo se embriagase, el alcohol era compartido por un grupo más reducido, mientras los demás hacían de espectadores. La insistencia en la completa ebriedad también explica por qué a algunos indios los desconcertaba que los europeos a veces prefirieran el vino al ron. «Les intriga mucho que los ingleses adquieran vino a un precio tan alto cuando el ron es mucho más barato y los emborrachará antes», observó un colono en 1697.

Fueran cuales fuesen sus orígenes, los europeos aprovecharon a consciencia esa costumbre y se cuidaron de aportar grandes cantidades de alcohol cuando comerciaban con los indios para obtener mercancías o tierras. En la práctica, eso significaba ron en las zonas controladas por los ingleses y brandy en las francesas. Un misionero francés criticó el uso que hacían sus compatriotas comerciantes de pieles en Canadá, y denunció «el cúmulo de desorden, brutalidad, violencia [...] e insultos que el deplorable e infame tráfico del brandy ha difundido universalmente entre los indios de estas tierras. En la desesperación a la que nos vemos abocados, no nos queda más que abandonarlas a los vendedores de brandy como un imperio de la ebriedad y el libertinaje». En vez de contener el comercio del brandy, las tropas francesas de la zona consideraban el mantenimiento del suministro, tanto para ellos mismos como para venderlo a los indios, como su principal deber.

En México, la introducción de la destilación por parte de los españoles condujo al desarrollo del mezcal, una versión destilada del pulque, la suave bebida alcohólica autóctona elaborada por los aztecas a partir del jugo de la planta del agave (el pulque era la bebida diaria básica; los guerreros, sacerdotes y nobles aztecas tomaban chocolate, la bebida de la élite). Entonces animaron a los aztecas y otros indios locales a beber mezcal en vez de pulque, y de hecho a excederse en el consumo de esa bebida, mucho más fuerte. En 1786, el virrey de México sugirió que la afición de los indios por la bebida y su eficacia para fomentar la dependencia de la potencia colonial significaba que quizá debiera intentarse la misma estratagema con los apaches del norte. Eso, sugería, crearía «una nueva necesidad que los obligue a reconocer con total claridad su obligatoria dependencia respecto de nosotros».

Las bebidas destiladas, junto con las armas de fuego y las enfermedades infecciosas, contribuyeron a configurar el mundo moderno, ayudando a los habitantes del Viejo Mundo a establecerse como gobernantes del Nuevo. Los licores desempeñaron un papel en la esclavización y el desplazamiento forzoso de millones de personas, en la fundación de nuevas naciones y en el sometimiento de las culturas indígenas. Hoy día, los licores ya no se asocian a la esclavitud y la explotación, pero persisten otros ecos de la función que desempeñaron en la época colonial. Los pasajeros de avión que meten una botella de licor libre de impuestos en su equipaje de mano lo hacen porque aguanta un largo

viaje sin echarse a perder: en su deseo de evitar los impuestos, viajeros que adquieren licor en el duty-free mantienen la tradicional rebeldía de los contrabandistas de ron y los muchachos del whisky.

EL CAFÉ EN LA EDAD DE LA RAZÓN

7. El gran estimulante

El café, la bebida sobria, el poderoso alimento del cerebro que, a diferencia de otros licores, agudiza la pureza y la lucidez; el café, que despeja las nubes de la imaginación y su pesó tenebroso, que ilumina la realidad de las cosas de repente con el destello de la verdad.

Jules Michelet, historiador francés (1798-1874)

Ilustración a la taza

Los griegos eran falibles. Los objetos pesados no caen más rápido que los ligeros. La Tierra no es el centro del universo, y el corazón no es un horno que calienta la sangre, sino una bomba que la hace circular por el cuerpo. Sin embargo, no fue hasta el siglo xvii, cuando los astrónomos y los anatomistas desvelaron mundos antes ignotos, que los pensadores europeos empezaron a poner en duda las viejas certidumbres de la filosofía griega. Pioneros como Galileo Galilei en Italia y Francis Bacon en Inglaterra rechazaron la fe ciega en los textos antiguos en favor de la observación directa y la experimentación. «No existe esperanza de conseguir avances de importancia en el conocimiento científico injertando o añadiendo lo nuevo encima de lo viejo -afirmó Bacon en su obra *Novum Organum*, publicada en 1620-. La restauración de las ciencias debe empezar desde los más profundos cimientos, a menos que prefiramos trazar círculos perpetuos a un paso lamentable.» Bacon encabezó la repulsa a la influencia de los filósofos griegos. El y sus seguidores querían demoler el edificio del conocimiento humano y reconstruirlo, ladrillo a ladrillo, sobre unos cimientos nuevos y sólidos. Había que ponerlo todo en entredicho, no dar nada por sentado. Las guerras religiosas de la Restauración habían allanado el camino reduciendo la autoridad de la Iglesia, sobre todo en el norte de Europa. El nuevo racionalismo floreció en Inglaterra y los Países Bajos, impulsado en parte por los desafíos que planteaba explotar y mantener las remotas colonias de

ultramar, y dio paso a la oleada de actividad intelectual conocida como revolución científica.

Ese espíritu de indagación racional se extendió a la corriente dominante del pensamiento occidental a lo largo de los siguientes dos siglos y culminó en el movimiento de la Ilustración: un enfoque empírico y escéptico aplicado por los científicos a la filosofía, la política, la religión y el comercio. Durante la Edad de la Razón, los pensadores occidentales superaron la sabiduría de los antiguos y se abrieron a nuevas ideas, con lo que impulsaron las fronteras del conocimiento más allá de los límites del Viejo Mundo en un contrapunto intelectual a la expansión geográfica de la época de las exploraciones. Fue el adiós a la reverencia dogmática por la autoridad, ya fuera filosófica, política o religiosa, y la bienvenida a la crítica, la tolerancia y la libertad de pensamiento.

La difusión de este nuevo racionalismo a lo largo y ancho de Europa tuvo su reflejo en la popularización de una nueva bebida, el café, que fomentaba la agudeza y la claridad de pensamiento. Se convirtió en la bebida preferida de los científicos, los intelectuales, los comerciantes y los escribanos -hoy día los llamaríamos «profesionales de la información»-, todos los cuales realizaban un trabajo intelectual, sentados a una mesa, antes que un trabajo físico, al aire libre. El café les ayudaba a regular la jornada laboral, pues los despertaba por la mañana y aseguraba que permanecieran lúcidos hasta el final del horario de trabajo, o más allá si era necesario. El café era servido en establecimientos tranquilos, sobrios y respetables que fomentaban la conversación educada y la tertulia y proporcionaban un foro para la educación, el debate y la superación personal.

El impacto de la introducción del café en Europa durante el siglo xvii fue especialmente apreciable porque las bebidas más habituales de la época, incluso para el desayuno, eran la cerveza floja y el vino. Las dos eran mucho más seguras que el agua, susceptible de estar contaminada, sobre todo en ciudades miserables y superpobladas (los licores no eran bebidas básicas como el vino y la cerveza: servían para emborracharse). El café, como la cerveza, se elaboraba con agua hirviendo, y por tanto ofrecía una alternativa nueva y segura a las bebidas alcohólicas. Quienes bebían café en lugar de alcohol empezaban el día lúcidos y estimulados, en vez de relajados y algo ebrios, y la cantidad y la calidad de su trabajo mejoraba. El café llegó a considerarse la antítesis misma del alcohol, estimulante en

lugar de embriagador, que aguzaba la percepción en vez de embotar los sentidos y difuminar la realidad. Un poema anónimo publicado en Londres en 1674 describía el vino como «dulce veneno de la traicionera uva» que ahoga «nuestra misma razón y nuestra alma». Por otro lado, la «neblinosa cerveza [...] abruma nuestro cerebro». El café, sin embargo, se anunciaba como

...el serio y saludable licor,
que sana el estómago, acelera el genio,
alivia la memoria, revive al triste
y anima el espíritu, sin volverle loco.

La Europa occidental empezó a emerger de un estupor alcohólico que había durado siglos. «Esta bebida, el café -escribió un observador inglés en 1660- ha impuesto una mayor sobriedad entre las naciones. Donde antaño los aprendices, secretarios y demás personas se tomaban un trago matutino de ale, cerveza o vino, que, por el mareo que provocan en el cerebro, los incapacitaban para el trabajo, hoy tienen por costumbre reunirse para tomar esta bebida cívica y estimulante.» El café también se consideraba un antídoto para el alcohol en un sentido más literal. «El café despeja al instante al borracho», declaró en 1671 Sylvestre Dufour, un escritor francés. La idea de que el café contrarresta la embriaguez impera todavía en la actualidad, aunque tenga poco de verdad; el café hace que quien ha bebido alcohol se sienta más despejado, pero en realidad reduce el ritmo al que se elimina del flujo sanguíneo.

Lo novedoso del café le confería un atractivo añadido. Aparecía una bebida que no habían conocido los griegos ni los romanos; beberla era otro modo que tenían los pensadores del siglo XVII de subrayar que habían superado las limitaciones del mundo antiguo. El café era el gran estimulante, la bebida de la claridad mental, el epítome de la modernidad y el progreso: en resumen, la bebida ideal para la Edad de la Razón.

El vino del islam

El efecto estimulante del café era conocido desde hacía algún tiempo en el mundo árabe, donde esta bebida tuvo su origen. Existen varias historias románticas sobre su descubrimiento. Una habla de un cabrero etíope que reparó en que su rebaño se volvía especialmente retozón tras consumir las bayas parduscas de un árbol determinado. Entonces probó a comerlas él, notó sus poderes estimulantes y notificó su descubrimiento a un imán local. El imán, a su vez, ideó un nuevo modo de preparar las bayas, consistente en secarlas y luego hervirlas en agua para obtener una bebida caliente que utilizaba para mantenerse despierto durante las ceremonias religiosas nocturnas. Otra versión habla de un hombre llamado Ornar, que fue condenado a morir de hambre en el desierto de las afueras de Mocha, una ciudad de Yemen, en el extremo sudoeste de la península Arábiga. Una visión lo guió hasta un cafeto, del que comió algunas bayas. Estas le confirieron las fuerzas suficientes para regresar a Mocha, donde su supervivencia se interpretó como una señal de que Dios lo había salvado para transmitir a la humanidad el conocimiento del café, que a partir de entonces se convirtió en una bebida popular en la ciudad.

Como sucediera con las leyendas relacionadas con el descubrimiento de la cerveza, esos relatos contienen un germen de realidad, pues la costumbre de beber café al parecer se popularizó por primera vez en Yemen a mediados del siglo XV. Si bien es posible que antes de esa fecha se hubieran masticado bayas de café por sus efectos tonificantes, la práctica de convertirlas en una bebida parece ser una innovación yemení, a menudo atribuida a Muhammad al-Dabani, erudito y miembro de la orden mística sufí del Islam que murió en torno a 1470. En esa época, los sufíes habían adoptado con toda certeza el café (conocido en árabe como qahwah), y lo utilizaban para mantenerse despiertos durante las ceremonias religiosas nocturnas en las que los participantes se acercaban a Dios a través de cánticos y danzas repetitivos.

A medida que el café se iba introduciendo a lo largo y ancho del mundo árabe -en 1510 ya había llegado a La Meca y El Cairo-, la naturaleza exacta de sus efectos físicos se convirtió en materia de controversia. Se desprendió de sus asociaciones religiosas originales y pasó a ser una bebida social, que se vendía por tazas en la calle, en el mercado y luego en cafés especializados. Muchos musulmanes lo acogieron como una alternativa legal al alcohol. Los cafés, a diferencia de las tabernas ilegales que vendían alcohol, eran lugares donde la gente respetable podía permitirse ser vista.

Sin embargo, la condición legal del café era ambigua. Algunos eruditos musulmanes argüían que era nocivo para la salud y por tanto estaba sometido a la misma prohibición religiosa que el vino y otras bebidas alcohólicas, que el profeta Mahoma había vedado.

Los dirigentes religiosos aplicaron esa regla en La Meca en junio de 1511, el primer ejemplo conocido de los diversos intentos de prohibir el consumo de café. El gobernador local, un personaje llamado Jair Beg, que era responsable de mantener la moralidad pública, sometió a juicio, literalmente, al café. Reunió a un consejo de expertos legales y sentó ante ellos al acusado: un gran recipiente de café. Tras un debate sobre sus efectos nocivos para la salud, el consejo se mostró de acuerdo con Jair Beg en que debían prohibirse su venta y su consumo. El dictamen se proclamó por toda la ciudad, se confiscó y quemó en la calle el café y se linchó como castigo a varios vendedores y a sus clientes. Sin embargo, al cabo de unos pocos meses las autoridades supremas de El Cairo anularon el decreto de Jair Beg y el café no tardó en volver a consumirse de forma abierta. Socavada su autoridad, Jair Beg fue sustituido como gobernador al año siguiente.

Sin embargo, ¿era de verdad nocivo el café? Los eruditos musulmanes ya habían dedicado muchos esfuerzos a debatir si el Profeta había pretendido prohibir las bebidas alcohólicas por completo o tan solo el acto de beber hasta embriagarse. Todos estaban de acuerdo en la necesidad de una definición legal de «intoxicación», y a su debido tiempo se elaboraron varias. Posibles definiciones de persona «intoxicada» eran la de alguien que «se vuelve distraído y confuso», «se aleja de todo aquello que posee en cuanto a virtud templada y tranquilidad para caer en la insensatez y la ignorancia» o «no comprende nada en absoluto y no distingue a un hombre de una mujer o la tierra de los cielos». Esas definiciones, ideadas como parte del debate erudito sobre las bebidas alcohólicas, se aplicaron entonces al café.

Aun así, era evidente que el café no producía ninguno de esos efectos en las personas que lo tomaban, aunque se ingiriera en grandes cantidades. En realidad, hacía todo lo contrario. «Uno bebe café con el nombre del Señor en los labios y permanece despierto -observaba un defensor-, mientras que la persona que busca el placer licencioso de la embriaguez se olvida del Señor y se emborracha.» Los enemigos del café intentaron sostener que cualquier cambio en el estado físico o mental del que lo ingería

era motivo para prohibirlo. Los defensores de la bebida consiguieron rebatir con éxito también ese argumento al señalar que las comidas picantes, el ajo y la cebolla producían asimismo efectos físicos, como el llanto, aunque su consumo fuera perfectamente legal.

Aunque los superiores caiotas de Jair Beg no apoyaran su prohibición de la venta y el consumo de café, sí compartían su desaprobación de las reuniones y los lugares donde se bebía. De hecho, lo que preocupaba a las autoridades no era tanto los efectos del café como las circunstancias en que se consumía, pues los cafés eran hervideros de habladurías, rumores, tertulias políticas y debates satíricos. También eran centros populares para el ajedrez y el backgammon, de cuya moralidad se recelaba. Técnicamente, la ley islámica solo prohibía los juegos de mesa si se apostaba sobre su resultado. Aun así, el mero hecho de que se jugara a ellos contribuía a la percepción que tenían los enemigos de los cafés de que esos establecimientos eran, en el mejor de los casos, lugares de moralidad laxa, y en el peor, antros de conspiración y sedición.

Hubo muchos intentos más de cerrar los cafés -por ejemplo, el de La Meca en 1524 y el de El Cairo en 1539-, aunque por lo general duraron poco, ya que, a pesar de esos empeños y las críticas a los bebedores de café por holgazanes y chismosos, en la práctica no se infringía ninguna ley, de modo que los intentos de prohibición fracasaron a la larga. Hacia principios del siglo XVII, los europeos que visitaban el mundo árabe comentaban la extendida popularidad de los cafés y su papel de lugares de encuentro y fuentes de noticias. William Biddulph, un viajero inglés, observó en 1609 que «sus cafés son más comunes que las cervecerías en Inglaterra... Si se produce cualquier noticia, es allí donde se comenta». George Sandys, otro viajero inglés que visitó Egipto y Palestina en 1610, señaló que «aunque estén privados de tabernas, tienen sus cafés, que en cierto sentido se les parecen. Allí se pasan sentados y conversando la mayor parte del día, y beben un brebaje llamado café (por la baya a partir de la cual se elabora) en boles de porcelana, tan caliente como pueden soportarlo; negro como el hollín, y de sabor no muy distinto».

Una posible objeción a la adopción del café en Europa -su relación con el Islam- quedó disipada en torno a esas fechas. Poco antes de su muerte en 1605, se pidió al papa Clemente VIII que dictara la opinión de la Iglesia católica sobre dicha bebida. En aquel momento, el café era una novedad poco conocida en Europa salvo para los botánicos y los estudiosos de la

medicina, entre ellos los de la Universidad de Padua, un destacado centro de investigación médica. Los oponentes religiosos al café sostenían que era maligno: argüían que puesto que los musulmanes eran incapaces de beber vino, la bebida sagrada de los cristianos, el demonio los había castigado con el café. Sin embargo, el Papa tenía la última palabra. Un comerciante veneciano le procuró una pequeña muestra para su inspección, y Clemente decidió probar la nueva bebida antes de tomar una decisión. Según se cuenta, su sabor y su aroma le gustaron tanto que aprobó su consumo por parte de los cristianos.

Al cabo de medio siglo, esa exótica novedad se estaba convirtiendo a marchas forzadas en algo habitual en ciertos sectores de Europa occidental. Se abrieron cafés en Inglaterra en la década de 1650 y en Amsterdam y La Haya en la de 1660. A medida que el café avanzaba hacia el oeste, fue llevando consigo la idea árabe del establecimiento dedicado a tomar café como una alternativa más respetable, intelectual y sobre todo no alcohólica a la taberna... además de cierto aroma a polémica.

El triunfo del café

El café parecía diseñado a la medida del Londres de las décadas de 1650 y 1660. Los primeros cafés aparecieron durante el gobierno del puritano Oliver Cromwell, que llegó al poder al final de la guerra civil inglesa que siguió al derrocamiento y ejecución del rey Carlos I. Los cafés ingleses nacieron en esa época puritana como una alternativa más respetable y decorosa a las tabernas. Estaban bien iluminados y adornados con anaqueles para libros, espejos, cuadros con marcos dorados y buenos muebles, en acusado contraste con la penumbra y la sordidez de las tabernas donde se servía alcohol. Tras la muerte de Cromwell en 1658, la sociedad se decantó por restaurar la monarquía, y durante ese período los cafés se convirtieron en centros de debate e intriga política mientras se allanaba el camino para la subida al trono de Carlos II en 1660. William Coventry, uno de los consejeros del rey, observó que los partidarios de Carlos a menudo se habían reunido en cafés durante la época de Cromwell, y que «entonces los amigos del rey habían gozado de una mayor libertad de expresión en esos

lugares de la que se habían atrevido a ejercer en cualquier otro». Sugirió que el rey quizá no hubiera conseguido su trono de no ser por las asambleas celebradas en los cafés.

Al mismo tiempo, Londres estaba emergiendo como núcleo de un floreciente imperio comercial. La adopción de los cafés por parte de los hombres de negocios, para quienes dichos establecimientos suponían un lugar público práctico y respetable en el que reunirse y dedicarse a sus asuntos, aseguró la pervivencia de su popularidad después de la Restauración. Gracias a su atractivo para puritanos, conspiradores y capitalistas por igual, los cafés de Londres encajaron a la perfección con el modo de ser de la ciudad.

El primer café de la ciudad lo abrió en 1652 Pasqua Rosee, el criado armenio de un comerciante inglés llamado Daniel Edwards que se aficionó al café mientras viajaba por Oriente Próximo. Edwards introdujo en el café, que Rosee le preparaba varias veces al día, a sus amigos londinenses. Tanto entusiasmo despertó en ellos la nueva bebida que Edwards decidió abrirle a Rosee un negocio como vendedor del producto. El prospecto que anunciaba la inauguración del local de Rosee, titulado «La virtud de la bebida del café», muestra lo novedoso que era el producto. Da por sentada una total ignorancia por parte del lector y explica los orígenes de la bebida en Arabia, su método de preparación y las costumbres asociadas a su consumo. Gran parte del prospecto trata de las supuestas cualidades medicinales del café. Se afirma que es eficaz contra el dolor de ojos y de cabeza, la tos, la hidropesía, la gota y el escorbuto, y que previene «los abortos en las mujeres en estado». Sin embargo, quizá fuera la explicación de los beneficios comerciales lo que atrajo a los clientes de Rosee: «Evitará la somnolencia y quien lo beba estará en condiciones de trabajar, si tiene que velar; en consecuencia, no debe beberse después de cenar, a menos que se pretenda permanecer en vela, pues alejará el sueño durante tres o cuatro horas».

Tal fue el éxito de Rosee que los taberneros locales protestaron ante el lord mayor con el argumento de que Rosee no tenía derecho a regentar un negocio que les hiciera la competencia, pues no era un hombre libre de la ciudad. Al final al armenio fue obligado a abandonar el país, pero el concepto había calado, y a lo largo de la década de 1650 surgieron otros cafés. En 1663 la cifra de cafés de Londres ya ascendía a ochenta y tres. Muchos de ellos resultaron destruidos en el gran incendio de Londres de

1666, pero en su lugar surgieron más aún, y hacia finales de siglo había centenares. Una autoridad fija el total en tres mil, aunque eso parece improbable en una ciudad que a la sazón contaba con una población de apenas seiscientas mil personas (a veces los cafés también servían otras bebidas, como chocolate caliente o té, pero su ambiente apacible y cordial se inspiraba en los cafés árabes y el café era la bebida que más se servía)»

Sin embargo, no todos lo aprobaban. Además de los taberneros y vinateros, que tenían motivos comerciales para oponerse al café, entre los enemigos de la bebida se contaban aquellos médicos que creían que el café era nocivo para la salud y los comentaristas que, haciéndala se eco de las críticas árabes, se declaraban preocupados porque los cafés fomentaban la pérdida de tiempo y la charla trivial a expensas de actividades más importantes. Otros ponían objeciones al mero sabor del café, que se desdeñaba como «jarabe de hollín» o «esencia de zapato viejo» (el café, al igual que la cerveza, tributaba por galones, lo que significaba que debía estar hecho por adelantado; luego se volvía a hervir el café frío de un barril antes de servirlo, lo cual no contribuía mucho a que tuviese un buen sabor).

El resultado fue una avalancha de panfletos e invectivas de ambos bandos de la controversia, con títulos como «La querrela del café» (1662), «Una invectiva contra el café» (1672), «En defensa del café» (1674) y «Reivindicación de los cafés» (1675). Un memorable ataque contra los cafés de Londres fue protagonizado por un grupo de mujeres que publicaron «La petición de las mujeres contra el café, donde se presentan a consideración pública los grandes inconvenientes que recaen sobre su sexo a causa del consumo excesivo del esterilizador y debilitador lícop». Las mujeres se quejaban de que sus maridos bebían tanto café que se estaban volviendo «tan estériles como los desiertos, de los que se dice que procede esa desdichada baya». Además, como los hombres pasaban mucho tiempo en los cafés, donde las mujeres tenían prohibida la entrada, «la raza entera estaba en peligro de extinción».

El encendido debate sobre los méritos del café llevó a actuar a las autoridades inglesas. De hecho, el rey Carlos II llevaba un tiempo buscando un pretexto para tomar medidas contra los cafés. Al igual que sus pares del mundo árabe, recelaba de la libertad de expresión permitida en los cafés y de su idoneidad como lugar donde tramar conspiraciones. Carlos era especialmente consciente de ello, ya que las maquinaciones de café habían desempeñado un pequeño papel en su ascenso al trono. El 29 de diciembre

de 1675, el rey dictó una «Proclama para la supresión de los cafés», donde declaraba que tales establecimientos «han producido efectos muy malignos y peligrosos [...] pues en dichos establecimientos [...] se traman y difunden diversas noticias falsas, maliciosas y escandalosas para la difamación del gobierno de su majestad y la alteración de la paz y la tranquilidad del reino; Su Majestad ha considerado justo y necesario que (en el futuro) se clausuren y supriman los citados cafés».

El resultado fue un estallido de indignación de la opinión pública, pues a esas alturas los cafés ya se habían vuelto esenciales para la vida social, comercial y política de Londres. Cuando quedó patente que la proclama no gozaría de un amplio cumplimiento y que eso socavaría la autoridad del gobierno, se hizo pública una segunda proclama que anunciaba que se permitía a los vendedores de café mantener abiertos sus establecimientos durante seis meses si pagaban quinientas libras y accedían a realizar un juramento de lealtad. Sin embargo, la cuota y el plazo no tardaron en olvidarse a cambio de vagas exigencias de que los cafés denegaran la entrada a espías y alborotadores. Ni siquiera el rey podía frenar la marcha del café.

De modo parecido, los médicos de Marsella, donde había abierto el primer café de Francia en 1671, atacaron la bebida en virtud de criterios de salud a petición de los vinateros, que temían por su medio de vida. El café, declararon, era una «novedad extranjera, vil y sin valor [...] fruto de un árbol descubierto por cabras y camellos que quemaba la sangre, inducía parálisis, impotencia y delgadez» y que sería «dañino para la mayor parte de los habitantes de Marsella».

Sin embargo, ese ataque hizo poco por frenar la difusión del café; ya había calado como bebida de moda entre la aristocracia, y los cafés florecían en París hacia finales de siglo. Cuando el café se hizo popular en Alemania, el compositor Johann Sebastian Bach compuso una «Cantata del café» que satirizaba a quienes se le habían opuesto sin éxito por motivos médicos. El café también tuvo buena acogida en Holanda, donde un escritor señaló a principios del siglo XVIII que «su consumo se ha vuelto tan común en nuestro país que, a menos que las doncellas y costureras se tomen su café de la mañana, el hilo no atravesará el ojo de la aguja». La bebida árabe había conquistado Europa.

Imperios de café

Hasta el final del siglo XVII, Arabia reinó sin discusión como proveedor mundial de café. Como explicó un escritor parisino en 1696: «El café se cosecha en las cercanías de La Meca. De allí se envía al puerto de Yidda. De allí parte rumbo a Suez, desde donde se transporta en camello hasta Alejandría. Allí, en los almacenes egipcios/ comerciantes franceses y venecianos compran las existencias de grano de café que precisan para sus respectivas patrias». En ocasiones, los holandeses embarcaban el café directamente en Mocha. Sin embargo, al mismo tiempo que aumentaba la popularidad de la bebida, los países europeos empezaron a preocuparse por su dependencia de aquel producto extranjero y tomaron medidas para establecer sus propios suministros. Los árabes, como es comprensible, hicieron todo lo posible por proteger su monopolio. Trataban los granos de café antes de embarcarlos para asegurarse de que fueran estériles y no pudieran utilizarse para plantar nuevos cafetos, y vedaron las zonas productoras a los extranjeros.

Los primeros en romper el monopolio árabe fueron los holandeses, que desplazaron a los portugueses como nación europea dominante en las Indias Orientales durante el siglo XVII, proceso durante el cual habían conseguido el control del comercio de la seda y por un breve lapso de tiempo se habían convertido en la primera potencia comercial del mundo. Los marineros holandeses sustrajeron esquejes de cafetos árabes, que se llevaron a Amsterdam y cultivaron con éxito en invernaderos. En la década de 1690, la Compañía Holandesa de las Indias Orientales fundó plantaciones de café en Batavia (Java), una colonia isleña de la actual Indonesia. Al cabo de pocos años, el café de Java enviado directamente a Rotterdam había garantizado el control holandés del mercado cafetero. El café árabe era incapaz de competir en precio, aunque los entendidos pensaban que sabía mejor.

Los siguientes fueron los franceses. Los holandeses habían demostrado que el café prosperaba en climas parecidos a los requeridos por el azúcar, lo que sugería que podía cultivarse igual de bien en las Indias Occidentales que en las Orientales. Un francés, Gabriel Mathieu de Clieu, oficial naval destinado en la isla de Martinica, se impuso el deber de introducir el café en las Indias Occidentales francesas. Durante una visita a París en 1723 se

embarcó en una trama del todo extraoficial para apoderarse de un esqueje de cafeto que llevarse de vuelta a Martinica. El único cafeto de París era un espécimen bien protegido de un invernadero del Jardin des Plantes, ofrecido como regalo a Luis XIV por los holandeses en 1714; sin embargo, Luis al parecer se interesó poco por el café. De Clieu no podía cortar un esqueje de ese árbol real como si tal cosa, de modo que recurrió a sus contactos. Convenció a una joven aristócrata de que obtuviera un esqueje del médico real, que tenía la prerrogativa de utilizar las plantas que quisiera para la preparación de remedios medicinales. Luego ese esqueje llegó a manos de De Clieu, que lo cuidó con mimo y lo subió, guardado en una caja de cristal, a un barco con rumbo a las Indias Occidentales.



Gabriel Mathieu de Clieu comparte su ración de agua con su planta de café mientras el barco permanece inmóvil por falta de viento en su travesía hacia Martinica

Si hay que dar crédito al grandilocuente relato del francés, la planta afrontó numerosos peligros en su travesía por el Atlántico. «Es inútil dar cuenta con detalle del infinito cuidado que me vi obligado a proporcionar a esa delicada planta durante un largo viaje, y de las dificultades que tuve para salvarla», escribió muchos años después, al principio de una detallada

crónica de su accidentada travesía. Primero la planta tuvo que soportar las atenciones de un misterioso pasajero que hablaba francés con acento de Holanda. Todas las mañanas, De Clieu subía su tesoro a la cubierta para que le diera el sol, y un día que se adormeció junto a él al despertarse descubrió que el holandés le había arrancado uno de los brotes. Sin embargo, el culpable desembarcó en Madeira. Después el barco tuvo un encuentro poco amistoso con un corsario y logró escapar por los pelos. La caja de cristal de la planta resultó dañada en la refriega, de modo que De Clieu tuvo que pedirle al carpintero de a bordo que se la reparara. Luego los sorprendió una tormenta, que de nuevo dañó la caja y mojó la planta con agua salada. Por último, el barco permaneció inmóvil por falta de viento durante varios días y hubo que racionar el agua potable. «Tal era la escasez de agua que durante más de un mes me vi obligado a compartir la escasa ración que me habían asignado con mi planta de café, en la que había depositado mis más felices esperanzas», escribió De Clieu.

Al final, De Clieu y su precioso cargamento llegaron a Martinica. «Al llegar a casa, mi primera preocupación fue colocar mi planta con gran esmero en la parte del jardín más favorable para su crecimiento -escribió-. Aunque la tenía a la vista, muchas veces temí que me la arrebataran; al final me vi obligado a rodearla de zarzas y a montar guardia sobre ella hasta que alcanzara la madurez [...] esa planta preciosa que se me había hecho más querida todavía por los peligros que había corrido y los quebraderos de cabeza que me había procurado.» Dos años después, De Clieu recogió su primera cosecha de la planta. Entonces empezó a repartir esquejes entre sus amigos para que ellos también pudieran empezar a cultivar. Asimismo envió cafetos a las islas de Santo Domingo y Guadalupe, donde prosperaron. Las exportaciones de café a Francia empezaron en 1730, y la producción excedió hasta tal punto la demanda nacional que los franceses empezaron a enviar el excedente hacia el Levante desde Marsella. Una vez más, el café árabe tuvo dificultades para competir. En señal de reconocimiento por su logro, De Clieu fue presentado en 1746 a Luis XV, que tenía más afición al café que su padre. En torno a esas mismas fechas, los holandeses introducían el café en Surinam, una colonia en América del Sur. Los descendientes de la planta original de De Clieu también proliferaban en la región, en Haití, Cuba, Costa Rica y Venezuela. Al final, Brasil se convirtió en el primer proveedor mundial de café, y llegó a dejar muy atrás a Arabia.

El café había llegado muy lejos a partir de sus oscuros orígenes como bebida religiosa en Yemen. Tras extenderse por el mundo árabe, había sido acogido en toda Europa y después introducido en todo el mundo por las potencias del continente. El café, preferido ante todo por intelectuales y hombres de negocios, había alcanzado un protagonismo mundial como alternativa al alcohol. Sin embargo, más importancia aún que la nueva bebida tuvo el modo en el que se consumía: en establecimientos donde uno podía encontrar tanto conversación como café, que por ese motivo ofrecieron un entorno totalmente nuevo para el intercambio social, intelectual, comercial y político.

8. La Internet de los cafés

Tú que hallas placer en el ingenio y el alborozo, y anhelas oír las nuevas, que llegan de toda la Tierra, holandeses, daneses, turcos y judíos, te daré una cita, donde son frescas: Ve a oírlas a una cafetería, no pueden sino ser ciertas...

No se hace nada en el mundo, desde el monarca al ratón, que no vaya a parar día o noche al café.

De «Nuevas del café», de Thomas Jordan (1667)

Una red alimentada de café

Cuando un hombre de negocios del siglo xvii quería enterarse de las últimas noticias del ramo, seguir los precios de las mercancías, ponerse al día de los cotilleos políticos, descubrir lo que pensaban otros sobre un nuevo libro o estar al corriente de los últimos avances científicos, lo único que tenía que hacer era entrar en un café. Allí, por el módico precio de una taza (o «bol») de café, podía leer los últimos panfletos y boletines, charlar con los otros parroquianos, cerrar acuerdos de negocios o participar en tertulias literarias o políticas. Los cafés de Europa funcionaban como centros de información para científicos, hombres de negocios, escritores y políticos. Al igual que las páginas web modernas, eran fuentes vibrantes y a menudo poco fiables de información, por lo general especializadas en un tema concreto o un punto de vista político determinado. Se convirtieron en la desembocadura natural de un torrente de boletines, panfletos, folletos publicitarios e invectivas. Un observador de la época señaló: «Los cafés en particular son muy propicios para una conversación libre, y para leer con tranquilidad todo tipo de noticias impresas, las votaciones del Parlamento cuando se reúne y demás prensa que aparece semanalmente o al azar. De esa, la London Gazette sale los lunes y los jueves, el Daily Courant todos los días menos el domingo, el Postman, el Flying-Post y el Post-Boy los martes, jueves y sábados, y el Etinglish Post, los lunes, miércoles y viernes;

además de sus frecuentes suplementos». Esas publicaciones también llevaban el ingenio de los cafés a las provincias y localidades rurales.

En función de los intereses de sus clientes, algunos cafés ofrecían en sus paredes precios del mercado, precios de acciones o listas de cargamentos; otras se suscribían a boletines extranjeros cargados de noticias de otros países. Los cafés llegaban a relacionarse con ocupaciones específicas y actuaban de lugar de encuentro donde actores, músicos o marineros podían acudir si buscaban trabajo. Los cafés que preferían una clientela en particular o se dedicaban a un tema concreto a menudo se agrupaban en el mismo barrio.

Era un fenómeno especialmente manifiesto en Londres, donde centenares de cafés, cada uno con su nombre y cartel distintivos sobre la puerta, se habían establecido hacia 1700. Los de Saint James y Westminster eran frecuentados por los políticos; los cercanos a la catedral de San Pablo, por eclesiásticos y teólogos. El mundillo literario, por su parte, se congregaba en el Will's, en Covent Garden, donde el poeta John Dryden y su círculo revisaron y comentaron los últimos poemas y obras durante tres décadas. Los cafés que rodeaban el Royal Exchange (la Bolsa Real) estaban abarrotados de hombres de negocios, que observaban un horario regular en un café determinado para que sus asociados supieran dónde encontrarlos y que utilizaban esos establecimientos como oficina, sala de reuniones y puntos de encuentro para el comercio. En el Man's de Chancery Lane se vendían libros, y algunos que oficiaban también de casas de subastas ofrecían toda clase de artículos. Tanto se asociaban algunos cafés a ciertos temas que el Tatler, una revista de Londres fundada en 1709, utilizaba los nombres de los establecimientos como encabezamiento para sus artículos sobre cada asunto. Su primer número anunciaba: «Todas las crónicas sobre galanteo, placer y entretenimiento se encontrarán bajo el artículo del White's Chocolate House; la poesía, bajo el Will's; el saber, bajo el título de Grecian; las noticias nacionales y foráneas las proporcionará el Saint James's».

Richard Steele, director del Tatler, daba como dirección postal el Grecian, local predilecto de la comunidad científica. Se trataba de otra innovación de los cafés: tras el establecimiento en Londres del correo a penique en 1680, se convirtió en práctica habitual utilizar un café como dirección. Los parroquianos de un establecimiento dado pasaban una o dos veces al día, se tomaban un bol de café, se enteraban de las últimas noticias

y averiguaban si tenían, algo de correo nuevo. «Los extranjeros comentaban que los cafés eran lo que distinguía más que cualquier otra cosa a Londres de todas las demás ciudades -escribió el historiador del siglo XIX Thomas Macauley en su Historia de Inglaterra-. El café era el hogar del londinense, y quienes deseaban encontrar a un caballero por lo general no preguntaban si vivía en Fleet Street o en Chanv cery Lañe, sino si frecuentaba el Grecian o el Rainbow.» Había quien frecuentaba múltiples cafés, elegidos de acuerdo con sus intereses. Un comerciante, por ejemplo, podía repartirse entre un café financiero y uno especializado en el tráfico del Báltico, las Indias Occidentales o las Orientales. La amplia gama de intereses del científico inglés Robert Hooke quedaba reflejada en sus visitas a unos sesenta cafés londinenses durante la década de 1670, como recoge su diario.



Un café en Londres a finales del siglo XVII

Los clientes transmitían los rumores, noticias y habladurías por los cafés, y en ocasiones había mensajeros que volaban de un establecimiento a otro para comunicar sucesos de gran importancia, como el estallido de una guerra o la muerte de un jefe de Estado («Estrangulado el gran visir», anotó Hooke tras enterarse de la noticia en el Jonathan's el 8 de mayo de 1693). Las noticias viajaban rápidamente a lo largo de esa red alimentada por el café; según un artículo publicado en *The Spectator* en 1712: «Había hace unos años un individuo en la ciudad que se divertía contando una mentira en Charing Cross a las ocho en punto de la mañana, para después seguirla por toda la ciudad hasta las ocho de la tarde, momento en el cual se dirigía a un club de sus amigos y los entretenía con un relato de la inquietud que había provocado en el Will's de Covent Garden, lo peligrosa que se consideraba en Child y lo que habían deducido de ella para lo concerniente a las acciones en el Jonathan's».

Las tertulias de café modelaban a la par que reflejaban la opinión pública, de modo que constituían un puente único entre los mundos público y privado. En teoría, los cafés eran establecimientos públicos, abiertos a cualquier hombre (dado que las mujeres estaban excluidas, al menos en Londres); sin embargo, su decoración casera, su mobiliario confortable y la presencia de parroquianos habituales les conferían un aire acogedor y doméstico. Se esperaba que los clientes respetaran ciertas reglas que no regían en el mundo exterior. Según la costumbre, las diferencias sociales se aparcaban a la puerta del local cómo rezaba una rima de la época, «Nobles, comerciantes, todos son bienvenidos, y pueden estar sin afrenta reunidos». La práctica, relacionada con el alcohol, de brindar a la salud de otras personas estaba prohibida, y cualquiera que iniciara una pelea debía disculparse invitando a un bol de café a todos los presentes.

Donde quedaba de manifiesto con mayor claridad la importancia de los cafés era en Londres, una ciudad que, entre 1680 y 1730, consumió más café que cualquier otro lugar de la Tierra. Los diarios de los intelectuales de la época están cargados de referencias a los cafés: «De allí al café» aparece con frecuencia en el célebre diario de Samuel Pepys, un funcionario inglés. Su entrada del 11 de enero de 1664 ofrece una visión del ambiente cosmopolita y serependista que imperaba en los cafés de la época, donde se trataba tanto de asuntos profundos como de otros triviales, y nunca se sabía

con quién se iba uno a encontrar o lo que iba a oír: «De allí al café, donde entran sir W. Petty y el capitán Grant, y damos en hablar (junto a un joven caballero, un comerciante supongo, llamado señor Hill, que ha viajado y del que percibo que es un maestro en numerosas variedades de música y otras cosas) de música; el carácter universal; el arte de la memoria y otros discursos muy excelentes de gran agrado para mí, que hace tiempo que no me he encontrado en tan buena compañía, y de tener tiempo buscaría el conocimiento del tal señor Hill... De lo que se habla en la ciudad sigue siendo del coronel Turner, por el robo; se cree que será ahorcado».

De modo parecido, el diario de Hooke muestra que utilizaba los cafés como lugares donde mantener charlas académicas con sus amigos, negociaciones con artesanos y fabricantes de instrumentos e incluso como sede de experimentos científicos. Una entrada de febrero de 1674 recoge los temas de conversación en Garraway's, su café preferido del momento: la supuesta costumbre, entre los comerciantes de las Indias, de aguantar cosas con los pies además de con las manos, la prodigiosa altura de las palmeras y «lo extremadamente delicioso de la piña reina», a la sazón un fruto nuevo y exótico de las Indias Occidentales.

Los cafés eran centros de autoeducación, elucubración literaria y filosófica, innovación comercial y, en algunos casos, lugares de agitación política. Sin embargo, por encima de todo eran centros de difusión de noticias y chismorreos, unidos por la circulación de clientes, publicaciones e informaciones de un establecimiento a otro. Colectivamente, los cafés de Europa vinieron a ser la Internet de la Edad de la Razón.

Innovación y especulación

El primer café de Europa occidental no abrió en un centro de comercio, sino en la ciudad universitaria de Oxford, donde un libanés llamado Jacob inauguró un establecimiento en 1650, dos años antes del local londinense de Pasqua Rosee. Aunque en la actualidad se da por sentada la relación entre café y saber teórico -el café se suele tomar entre sesiones de conferencias y simposios académicos-, al principio fue controvertida. Cuando el café se popularizó en Oxford y los locales que lo

ofrecían empezaron a multiplicarse, las autoridades universitarias trataron de frenar el fenómeno, por la preocupación de que el café fomentara la holgazanería y distrajera de sus estudios a los miembros de la universidad. Anthony Wood, un cronista de la época, se contaba entre los que criticaron el entusiasmo por la nueva bebida. «¿Por qué decae el saber sólido y serio, y pocos o ninguno lo buscan ya en la universidad? -preguntaba-. La respuesta: por culpa de los cafés, donde pasan todo su tiempo.»

Sin embargo, los enemigos del café no podrían haber estado más equivocados, pues los cafés se convirtieron en populares centros de tertulia académica, sobre todo entre quienes se interesaban por el progreso de la ciencia o «filosofía natural», como se conocía por aquel entonces. Lejos de desalentar la actividad intelectual, el café la fomentó de manera activa. Tanto es así, que en ocasiones llamaban a los cafés «universidades a penique», puesto que cualquiera podía entrar y sumarse a la conversación por un penique o dos, el precio de un bol de café. Por decirlo con un poemilla de la época: «No existe universidad de mayor excelencia, pues por un penique puedes ser una eminencia».

Uno de los jóvenes que se aficionó a las tertulias de café mientras estudiaba en Oxford fue el arquitecto y científico inglés Christopher Wren. Recordado en la actualidad sobre todo como arquitecto de la catedral de San Pablo de Londres, Wren también fue uno de los más destacados científicos de su época. Fue miembro fundador de la Royal Society, la pionera institución científica británica establecida en Londres en 1660. Sus miembros, entre ellos Hooke, Pepys y Edmond Halley (el astrónomo en cuyo honor se bautizó al cometa), a menudo se reunían en un café tras las reuniones de la sociedad para proseguir sus debates. Por ofrecer un ejemplo típico, el 7 de mayo de 1674 Hooke anotó en su diario que había realizado la demostración de una variedad mejorada de cuadrante astronómico en la Royal Society y que después la había repetido en el Garraway's, donde la comentó con John Flamsteed, a quien Carlos II nombraría primer astrónomo real al año siguiente. En contraste con la atmósfera formal de las sesiones de la sociedad, los cafés proporcionaban un ambiente más relajado que fomentaba el debate, la especulación y el intercambio de pareceres.

El diario de Hooke aporta ejemplos de cómo podía intercambiarse la información en las tertulias de café. En un encuentro en el Man's, Hooke y Wren contrastaron datos sobre el comportamiento de los muelles. «Departimos mucho sobre la demostración del movimiento de muelles. El

contó una ingeniosa idea que había tenido sobre un barómetro... Yo le conté otra... Le hablé de mis escalas filosóficas de muelles... El, de su escala mecánica de cuerdas.» En otra ocasión, Hooke intercambió recetas de remedios médicos con un amigo en el Saint Dunstan's. Esas tertulias también permitían que los científicos pusieran a prueba teorías e ideas a medio formar. Sin embargo, Hooke tenía reputación de fanfarrón, pendenciero y exagerado. Tras una discusión con él en Garraway's, Hamstead se quejó de haber «observado desde hace tiempo que tiene propensión a lanzar contradicciones al azar, y con poco tino, y defenderlas con afirmaciones infundadas». Hooke, afirmaba Hamstead, «me aplastó con una montaña de palabras y persuadió a quienes nos acompañaban de mi ignorancia sobre esos menesteres, que solo él comprendía y no yo».

Con todo, la arrogancia de café de Hooke fue el detonante involuntario para la publicación del libro más importante de la revolución científica. Una velada de enero de 1684, una tertulia de café entre Hooke, Halley y Wren fue a dar en la teoría de la gravedad, tema de muchas elucubraciones en aquella época. Entre sorbos de café, Halley se preguntó en voz alta si las formas elípticas de las órbitas planetarias eran compatibles con una fuerza gravitatoria que disminuyera con el cuadrado inverso de la distancia. Hooke afirmó que así era, y que la ley del cuadrado inverso podía explicar por sí sola el movimiento de los planetas, algo para lo que aseguraba haber ideado una demostración matemática. Sin embargo, Wren, que había intentado sin éxito formular una demostración de ese tipo, no se dejó convencer. Más adelante Halley recordaría que Wren se había ofrecido a «otorgar un plazo de dos meses al señor Hooke o a mí para que le propusiéramos una demostración convincente del asunto, y que además del honor, el que de nosotros lo lograra recibiría de él el presente de un libro de cuarenta chelines». No obstante, ni Halley ni Hooke aceptaron el desafío de Wren, y el premio quedó desierto. Unos meses después Halley pasó por Cambridge, donde visitó a otro colega científico, Isaac Newton. Recordando su acalorada discusión de café con Wren y Hooke, le hizo la misma pregunta: ¿daría lugar a unas órbitas elípticas una ley de la gravedad de cuadrado inverso? Al igual que Hooke, Newton afirmó haberlo demostrado ya, aunque no consiguió encontrar la prueba cuando Halley quiso verla. Sin embargo, tras la partida de su visitante Newton se volcó en el problema. En noviembre le envió un documento que demostraba que una ley de la gravedad de cuadrado inverso implicaba, en efecto unas órbitas planetarias

elípticas. Con todo, se demostraría que aquella exposición no era sino un anticipo de lo que estaba por venir pues la pregunta de Halley había proporcionado a Newton era el ímpetu que necesitaba para formalizar los resultados de muchos años de trabajo y producir uno de los libros más importantes de la historia de la ciencia: *Philosophiae naturalis principia mathematica* («Principios matemáticos de la filosofía natural»), más conocido como Principia a secas. En esa obra monumental, publicada en 1687, Newton demostraba cómo su principio de la gravitación universal podía explicar el movimiento de los cuerpos tanto terrestres como celestes, desde la manzana que cae del árbol (probablemente apócrifa) hasta las órbitas de los planetas. Con los Principia, Newton por fin proporcionó una nueva base para que las ciencias físicas sustituyeran a las desacreditadas teorías de los griegos; había logrado que el universo se sometiera a la razón. Tal fue el impacto de su obra que por lo general se considera a Newton el científico más importante de la historia.

Hooke insistía en que él le había dado a Newton la idea de la ley del cuadrado inverso en un intercambio epistolar de unos años atrás. No obstante, cuando lo expuso en otra tertulia de café posterior a la presentación del primer volumen de los Principia ante la

Royal Society en junio de 1686, no logró convencer a sus colegas científicos. Existía una diferencia abismal entre proponer una idea en un café y demostrar que era correcta; Hooke no había publicado sus ideas ni las había presentado de manera formal ante la sociedad; además, tenía fama de afirmar que todo se le había ocurrido antes a él que a cualquier otro (aunque, en muchos casos, fuera cierto). «Trasladados al café -escribió Halley a Newton-, el señor Hooke se esforzó por implantar la creencia de que había llegado a la conclusión por sí solo y de que había sido él quien os dio el primer atisbo de esa invención. Pero me pareció que eran todos de la opinión de que [...] se os debería considerar el inventor.» A pesar de las protestas de Hooke, el café había dictado su veredicto, todavía en vigor hoy, día.

Hacia finales del siglo xvii, la difusión del conocimiento científico a través de los cafés de Londres adoptó una forma nueva y más estructurada. En el Marine, cerca de San Pablo, se impartió, desde 1698, una serie de conferencias sobre matemáticas; a partir de entonces los cafés se convirtieron en sedes populares para conferencias de complejidad cada vez mayor. Armado con los últimos microscopios, telescopios, prismas y

bombas, James Hodgson, que había sido ayudante de Flamsteed, se afianzó como uno de los más destacados divulgadores científicos de Londres. Su ciclo de conferencias sobre filosofía natural prometía proporcionar «la mejor y más segura base para todo conocimiento útil» e incluía demostraciones de las propiedades de los gases, la naturaleza de la luz y los últimos hallazgos en astronomía y microscopía. Hodgson también daba clases privadas, y publicó un libro sobre navegación. De modo similar, el Swam de Threadneedle Street albergaba conferencias sobre matemáticas y astronomía, mientras que otro establecimiento, en Southwark, era propiedad de una familia que enseñaba matemáticas, publicaba libros sobre navegación y vendía instrumentos científicos. Tanto en Button's como en el Marine se organizaron conferencias especiales sobre astronomía para que coincidieran con un eclipse de sol.

Esas conferencias respondían tanto a intereses comerciales como científicos. Los marinos y los comerciantes eran conscientes de que la ciencia podía conducir a mejoras en la navegación para, a partir de ahí, alcanzar el éxito comercial, mientras que los científicos estaban ansiosos por demostrar que sus hallazgos en apariencia esotéricos poseían un valor práctico. Como observó un matemático inglesa en 1703, su disciplina se había convertido en «la ocupación de comerciantes, negociantes, marineros, carpinteros, topógrafos y de-J más». Empresarios y científicos aunaban esfuerzos para fundar compañías que explotaran nuevas invenciones y descubrimientos en navegación, minería y manufactura, con lo que allanaron el camino para la revolución industrial. Fue en los cafés donde se entrelazaron la ciencia y el comercio.

El espíritu innovador y experimentador de los cafés se hizo extensivo también a las esferas financieras, y dio paso a nuevos modelos de empresa en forma de innumerables variaciones novedosas sobre proyectos de seguros, loterías o participaciones empresariales. Por supuesto, muchas de las empresas engendradas en cafés nunca vieron la luz o cosecharon fracasos espectaculares; el drama de la burbuja de los Mares del Sur, un plan de inversiones fraudulento que se vino abajo en septiembre de 1720 y arruinó a miles de inversores, se escenificó en cafés como Garraway's. Sin embargo, entre los ejemplos exitosos, el mejor conocido comenzó en el café que Edward Lloyd abrió en Londres a finales de la década de 1680. Se convirtió en lugar de encuentro para capitanes de barco, patrones y comerciantes, que acudían a oír las últimas noticias marítimas y para asistir

a subastas de navíos y sus cargamentos. Lloyd empezó a recopilar y resumir la información, complementada con informes de una red de corresponsales extranjeros, en forma de un boletín regular, manuscrito en un principio y más adelante impreso y enviado a los suscriptores. Lloyd's se convirtió en el centro natural de reunión para los patrones de barco y para quienes aseguraban sus embarcaciones. Algunos de los aseguradores empezaron a alquilar reservados concretos en el café, y en 1771 un grupo de setenta y nueve de ellos fundó colectivamente la Society of Lloyds, que sobrevive hasta la actualidad como Lloyd's of London, el mayor mercado de seguros del mundo.

Los cafés también funcionaban como mercados de valores. En un principio, las acciones se comerciaban junto con otros artículos en el Royal Exchange, pero a medida que crecía el número de compañías (de quince a ciento cincuenta en la década de 1690) y aumentaba la actividad de intercambio, el gobierno aprobó una ley «para limitar el número y la práctica de corredores y agentes», que imponía estrictas normas sobre el trueque de acciones dentro del Exchange. En señal de protesta, los corredores abandonaron el local y se trasladaron a los cafés de las calles circundantes, y a uno en particular: el Jonathan's, en Exchange Alley. La publicidad de un corredor de 1695 rezaba: «John Castaing, en el Jonathan's en Exchange, compra y vende todo tipo de boletos premiados y sin premiar; y todo tipo de acciones y participaciones».

A medida que crecía el volumen del comercio, las desventajas de la naturaleza informal del intercambio de valores en los cafés empezaron a hacerse patentes. Se negaba la entrada al Jonathan's a los corredores que no pagaban y, aunque no había manera de impedir que comerciaran en otra parte, el destierro del café acarreaba una sustancial pérdida de negocio. Los nombres de los morosos se escribían en una pizarra para evitar su readmisión al cabo de unos meses. Con todo, seguían existiendo problemas, de modo que en 1762 un grupo de ciento cincuenta corredores suscribió un acuerdo con el propietario del local: a cambio de una suscripción anual de ocho libras por cabeza, se les concedería el uso de las instalaciones, con el derecho a excluir o expulsar a los agentes poco fiables. No obstante, un corredor desterrado atacó con éxito el proyecto con el argumento de que los cafés eran establecimientos públicos en los que cualquiera debía poder entrar. En 1773, un grupo de comerciantes del Jonathan's se escindió y se trasladó a otro edificio, en un principio conocido como New Jonathan's. Sin

embargo, el nombre no duró mucho, como informaba el *Gentlemen's Magazine*: «El *New Jonathan's* llegó a la resolución de que, en vez de llamarse *New Jonathan's*, debía denominarse *The Stock Exchange*, título que se escribirá sobre la puerta». Ese establecimiento fue el precursor del *Stock Exchange* (la Bolsa de Valores) de Londres.

Este período de rápida innovación en las finanzas públicas y privadas, con el lanzamiento de compañías de acciones, la compra y venta de participaciones, el desarrollo de proyectos de seguros y la financiación pública de la deuda gubernamental, todo lo cual culminó con la instauración de Londres como centro financiero del mundo a expensas de Amsterdam, se conoce en la actualidad como revolución financiera. La necesidad de costear gravosas guerras coloniales la hizo necesaria, y el fértil entorno intelectual y el espíritu especulativo de los cafés la hicieron posible. El equivalente financiero de los Principia fue La riqueza de las naciones, del economista escocés Adam Smith. Describía y defendía la emergente doctrina del capitalismo del *laissez-faire*, según la cual la mejor manera que tenían los gobiernos para fomentar el comercio y la prosperidad era dejar que las personas se valieran por sí mismas. Smith escribió gran parte de su libro en el *British*, su sede y dirección de correos de Londres, popular lugar de encuentro de intelectuales escoceses, entre los cuales hizo circular capítulos de su libro para que lo criticaran y comentaran. Así fue como los cafés de Londres se convirtieron en crisoles de las revoluciones científica y financiera que configuraron el mundo moderno.

Revolución a la taza

Mientras en Inglaterra avanzaba la revolución financiera, en Francia» se preparaba otro tipo de revolución. Durante el siglo xviii, el pensamiento ilustrado francés había florecido con personajes como, el filósofo y satírico François-Marie Arouet de Voltaire, que llevaron el nuevo racionalismo científico a los ámbitos social y político. En 1726, tras ofender a un noble con una agudeza, Voltaire había sido encarcelado en la prisión parisina de la Bastilla, de donde fue liberado a condición de que se exiliara a Inglaterra. Estando allí se empapó del racionalismo científico de Isaac Newton y del

empirismo expuesto por el filósofo John Locke. Del mismo modo que Newton había reconstruido la física desde sus principios fundamentales, Locke se propuso hacer lo mismo con la filosofía política. Creía que los hombres nacían iguales, eran intrínsecamente buenos y tenían derecho a la búsqueda de la felicidad. Ningún hombre debía interferir en la vida, la salud, la libertad o las posesiones de otro. Inspirado por esas ideas radicales, Voltaire regresó a Francia y plasmó sus opiniones en un libro, *Lettres philosophiques*, que comparaba el sistema de gobierno francés, que salía perdiendo, con una descripción algo idealizada del sistema inglés. Como resultado, el libro fue prohibido de inmediato, y un destino similar corrió la *Encyclopédie* recopilada por Denis Diderot y Jean Le Rond d'Alembert, cuyo primer volumen apareció en 1751. Entre sus colaboradores estaba Voltaire, junto con otros pensadores franceses de renombre como Jean-Jacques Rousseau y Charles-Louis de Secondat Montesquieu, que, al igual que Voltaire, estaba muy influido por Locke. Con semejante plantilla de colaboradores, no es muy de extrañar que la *Encyclopédie* llegara a verse como el compendio definitivo del pensamiento ilustrado. Propugnaba una visión racional y laica del mundo basada en el determinismo científico y criticaba los abusos de poder eclesiásticos y legales, y enfureció a las autoridades religiosas, que una vez más presionaron con éxito para que fuera prohibida. Aun así, Diderot continuó discretamente con su trabajo, y a la larga la *Encyclopédie* llegó a completarse en 1772; cada uno de sus veintiocho volúmenes fue entregado en secreto a los suscriptores.

Como en Londres, los cafés de París eran puntos de encuentro para intelectuales y se convirtieron en centros de pensamiento ilustrado. Tanto es así que Diderot compiló la *Encyclopédie* en un café parisino, el *Café de la Régence*, que utilizaba como oficina. En sus memorias comenta que su esposa le daba nueve sous todas las mañanas para que se pagara el café de un día. Sin embargo, era en los cafés donde el contraste entre Francia e Inglaterra quedaba especialmente de manifiesto. En Londres, los cafés eran lugares de tertulia política ilimitada que se utilizaban incluso como sede de partidos políticos. El escritor británico Jonathan Swift comentó que no estaba «todavía convencido de que ningún acceso a los hombres del poder ofrezca a un hombre más verdad o luz que la política de un café». El *Mile's* era el lugar de encuentro de un grupo de debate regular, fundado en 1659 y conocido como el «Parlamento amateur». Pepys observó que sus debates eran «los más ingeniosos, y agudos, que jamás he oído o espero oír, y

argumentados con gran vehemencia; comparados, los debates de la Cámara del Parlamento eran insulsos» Tras los debates, comentaba, el grupo celebraba una votación usando un «oráculo de madera», o urna, una novedad para la época. No es de extrañar que un visitante francés en Londres, el abate Prévost declarara que los cafés londinenses, «donde se tiene derecho a leer toda la prensa a favor y en contra del gobierno», eran las «sedes de la libertad inglesa».

La situación en París era muy diferente. Abundaban los cafés -en 1750 ya se habían establecido seiscientos- y, como en Londres, estaban relacionados con temas o líneas de negocios concretos. Los poetas y filósofos se reunían en el Café Parnasse y el Café Procope, entre cuyos parroquianos habituales se contaban Rousseau, Diderot, D'Alembert y el científico y estadista norteamericano Benjamín Franklin. Voltaire tenía una mesa y una silla favoritas en el Procope, y fama de beberse decenas de tazas de café al día. Los actores se reunían en el Café Anglais, los músicos en el Café Alexandre y los oficiales del ejército en el Café des Armes, mientras que el Café des Aveugles se utilizaba también como burdel. A diferencia de los salones frecuentados por la aristocracia, los cafés franceses estaban abiertos a todos, incluso a las mujeres. Según una crónica del siglo XVIII, «los cafés son visitados por personas respetables de ambos sexos: vemos entre ellas muchos tipos diversos.⁴ hombres de mundo, mujeres coquetas, abates, patanes, periodistas, las partes de un pleito, bebedores, jugadores, parásitos, aventureros en el campo del amor o la industria, jóvenes de letras... En una palabra, una serie interminable de personas». Dentro de un café, la sociedad igualitaria a la que aspiraban los pensadores ilustrados parecía haber cobrado vida.

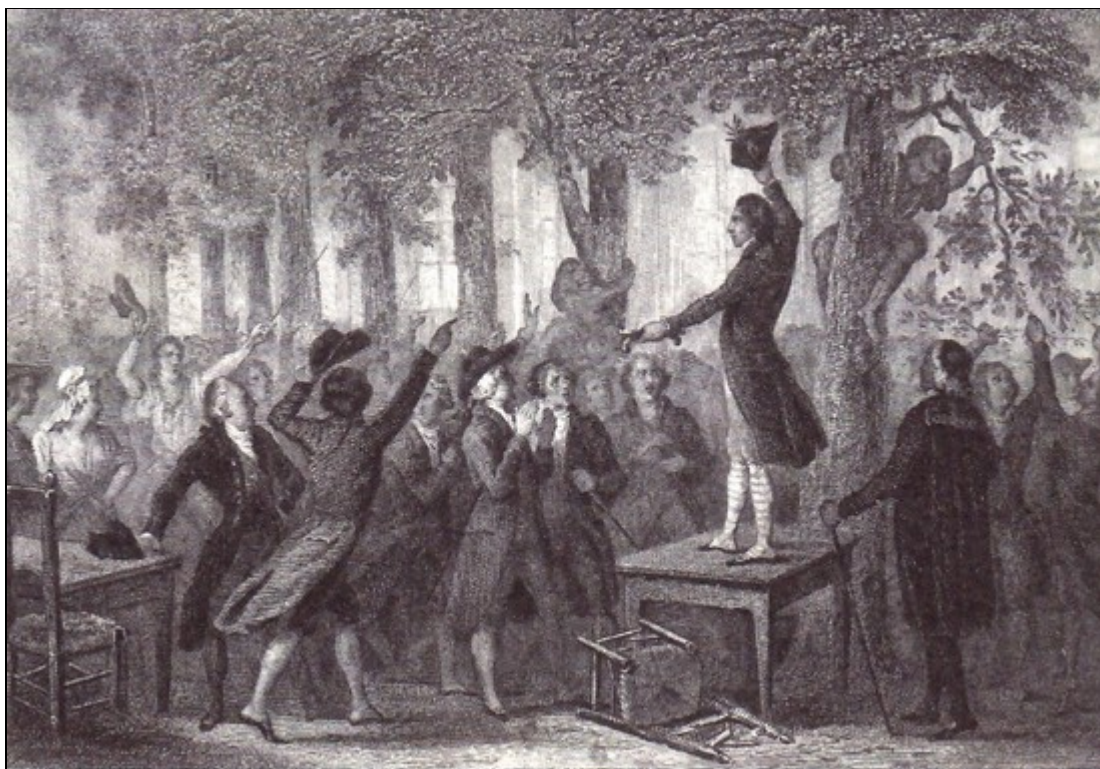
Sin embargo, la circulación de información en los cafés franceses, tanto de forma hablada como escrita, estaba sometida a una estricta supervisión gubernamental. Con frenos draconianos a la libertad de prensa y un sistema burocrático de censura estatal, existían muchas menos fuentes de noticias que en Inglaterra u Holanda. Ello condujo a la aparición de boletines manuscritos de chismorreos parisienses, transcritos por docenas de copistas y enviados por correo a los suscriptores de la ciudad y más allá (al no estar impresos, no necesitaban aprobación gubernamental). La ausencia de una prensa libre también provocó que los poemas y canciones transmitidos en trozos de papel, junto con los chismorreos de café, fueran importantes fuentes de noticias para muchos parisienses. Aun así, los

parroquianos debían tener cuidado con lo que decían, pues los cafés estaban llenos de espías del gobierno. Cualquiera que hablara en contra del Estado se arriesgaba a que lo encarcelaran en la Bastilla. Los archivos de la prisión contienen informes de centenares de triviales charlas de café, anotadas por informadores de la policía. «En el Café de Foy alguien dijo que el rey había tomado una amante, que se llamaba Gontaut y que era una mujer hermosa, sobrina del duque de Noailles», reza un informe de la década de 1720. «Jean-Louis Le Clerc hizo los siguientes comentarios en el Café de Procope: que nunca había existido un rey peor; que la corte y los ministros hacen que el rey cometa actos vergonzosos, que repugnan en grado sumo a su pueblo», recoge otro, de 1749.

Los cafés franceses recalcaban la paradoja de que, a pesar de los avances intelectuales de la Ilustración, el progreso en los ámbitos social y político se había visto entorpecido por la mano muerta del ancien régime. La aristocracia y el clero, que representaban, apenas un 2 por ciento de la población, estaban exentos de impuestos a pesar de sus grandes riquezas, de modo que la carga tributaria caía sobre el resto de la población: los pobres del campo y los miembros, más prósperos, de la burguesía, irritados por el acaparamiento del poder y los privilegios de que gozaban los aristócratas. En los cafés quedaba de manifiesto el contraste entre las nuevas y radicales ideas sobre cómo podría ser el mundo y cómo era en realidad. Mientras Francia pasaba apuros para afrontar una crisis financiera galopante causada en gran medida por su apoyo a Estados Unidos en la guerra de la Independencia, los cafés se convertían en centros de agitación revolucionaria. Según un testigo presencial de París en julio de 1789, los cafés «están abarrotados no solo dentro, sino que a la puerta y en las ventanas se agolpan multitudes expectantes, escuchando á gorge dé- ployée [boquiabiertos] a determinados oradores que desde sillas o mesas arengan cada uno a su pequeño auditorio; la ansiedad con que los escuchan, y el atronar de aplausos que reciben por cada opinión de repulsa o airada más que habitual contra el gobierno, no puede imaginarse con facilidad».

Mientras el estado de ánimo de la sociedad se enervaba, una sesión de la Asamblea de Notables (el clero, los aristócratas y los magistrados) no logró resolver la crisis económica, lo que llevó al rey Luis XVI a convocar los Estados Generales, una asamblea nacional electiva, por primera vez en ciento cincuenta años. Sin embargo, la sesión de Versalles degeneró en la confusión y provocó que el monarca destituyera a su ministro de Hacienda,

Jacques Necker, y diera cartas en el asunto al ejército. Al final, fue en el Café de Foy, en la tarde del 12 de julio de 1789, donde un joven abogado llamado Camille Desmoulin dio el pistoletazo de salida a la Revolución francesa. En los cercanos jardines del Palais Royal se había congregado una muchedumbre, y la tensión fue en aumento en cuanto corrió la noticia de la destitución de Necker, puesto que era el único miembro del gobierno en quien el pueblo confiaba. Los revolucionarios avivaron el temor a que el ejército no tardaría en cargar contra la multitud. Desmoulin se encaramó de un salto a una mesa a la puerta del café, blandiendo una pistola, y gritó: «¡A las armas, ciudadanos! ¡A las armas!». Su grito encontró eco, y en un abrir y cerrar de ojos París se sumió en el caos; dos días después, una muchedumbre furiosa asaltó la Bastilla. El historiador francés Jules Michelet observó a renglón seguido que «quienes se reunían día tras día en el Café de Procope vieron, con mirada penetrante, en las profundidades de su negra bebida, la iluminación del año de la revolución». Empezó, literalmente, en un café.



Camille Desmoulin ofrece un discurso frente al Café de Foy el 12 de julio de 1789 y da el pistoletazo de salida a la Revolución francesa

La bebida de la razón

Hoy día, el consumo de café y otras bebidas con cafeína está tan extendido, tanto en el ámbito doméstico como fuera, que es difícil hacerse una idea del impacto de la introducción de la bebida y del atractivo de los primeros cafés. Los modernos cafés palidecen en comparación con sus ilustres predecesores históricos. Aun así, hay cosas que no han cambiado. El café sigue siendo una bebida alrededor de la cual la gente se reúne para debatir, desarrollar e intercambiar ideas e información. De las tertulias de café de barrio a las conferencias académicas, pasando por las reuniones de negocios, sigue siendo una bebida que facilita el intercambio y la cooperación sin el riesgo de perder el autocontrol asociado con el alcohol.

Un café del París de finales del siglo XVIII.

El mejor eco de la cultura del café original quizá sean los cafés de Internet y los espacios virtuales que facilitan el intercambio de información alimentado por la cafeína, así como las cadenas de cafés que los trabajadores móviles utilizan como oficinas e improvisadas salas de reunión. ¿Acaso es una sorpresa que el centro actual de la cultura del café, la ciudad de Seattle, sede de la cadena Starbucks, sea también donde tienen su sede algunas de las más importantes empresas de software e Internet? La relación del café con la innovación, la razón y el trabajo en red -con una pizca de fervor revolucionario- tiene un largo historial.

EL TÉ Y EL IMPERIO BRITÁNICO

9. Imperios de té

Es mejor pasar tres días sin comida que uno sin té.

Proverbio chino

*¡Gracias a Dios por el té! ¿Qué sería del mundo sin té?
¿Cómo existiría?*

Sydney Smith, escritor británico (1771-1845)

La bebida que conquistó el mundo

Poseedor de remotos territorios que se extendían de una punta a otra del mundo, el Imperio británico fue memorablemente descrito en 1773 por sir George Macartney, un administrador imperial, como «este inmenso imperio en el que nunca se pone el sol». En su apogeo, abarcaba una quinta parte de la superficie del mundo y un cuarto de su población. A pesar de la pérdida de sus colonias norteamericanas a raíz de la independencia de Estados Unidos, Gran Bretaña amplió drásticamente su esfera de influencia a partir de mediados del siglo XVIII, consiguiendo el control de la India y Canadá, fundando nuevas colonias en Australia y Nueva Zelanda y desplazando a los holandeses en el dominio del comercio marítimo europeo con Oriente. Entrelazada con el auge de Gran Bretaña como primera superpotencia global estuvo su pionera adopción de un nuevo sistema manufacturero. Se juntaba a los obreros en grandes fábricas donde unas incansables máquinas impulsadas por máquinas de vapor ahorraban mano de obra y maximizaban la habilidad y el esfuerzo humanos, un conjunto de innovaciones conocido en la actualidad genéricamente como revolución industrial.

Para aunar la expansión imperial y la industrial apareció una nueva bebida -nueva al menos para los europeos- que llegó a quedar asociada a los británicos y que sigue estándolo hoy día. El té proporcionó la base para la ampliación del comercio europeo con Oriente. Los beneficios de su mercado ayudaron a financiar el avance hacia la India de la Compañía

Británica de las Indias Orientales, la organización comercial que se convirtió en el gobierno colonial británico *de facto* en el Este. Tras sus inicios como producto de lujo, el té fue calando hasta convertirse en la bebida del hombre trabajador, el combustible de los obreros que hacían funcionar las nuevas fábricas maquinizadas. Si en el Imperio británico no se ponía el sol, era siempre la hora del té, al menos en algunas partes.

Con sus rituales de consumo -el refinado té de la tarde y la pausa del té del obrero-, la bebida encajaba a la perfección con la imagen que Gran Bretaña tenía de sí misma como potencia civilizadora e industrial. Qué extraño resulta, pues, que la bebida británica por antonomasia tuviera que importarse en un principio con mucho coste y esfuerzo desde China, ese vasto y misterioso dominio del otro lado del mundo, y que su cultivo y procesamiento fueran un completo enigma para sus consumidores europeos. Por lo que a ellos respectaba, los cofres de hojas de té se materializaban sin más en el muelle de Cantón; el té podría haber llegado de Marte. Aun así, de algún modo la infusión llegó a convertirse en una parte esencial de la cultura británica. La bebida que ya había lubricado el inmenso Imperio chino conquistaría entonces nuevos y vastos territorios: tras ganarse a los británicos, el té se extendió por todo el mundo y se convirtió en la bebida más consumida de la Tierra después del agua. La historia del té es la historia del imperialismo, la industrialización y la dominación mundial, taza a taza.

El surgimiento de la cultura del té

De acuerdo con la tradición china, la primera taza de té la preparó el emperador Shen Nung, cuyo reinado suele datarse en el período comprendido entre 2737 y 2697 a.E.C. Fue el segundo de los emperadores legendarios de China, y se le atribuye la invención de la agricultura y el arado, además del descubrimiento de las hierbas medicinales (de modo parecido se decía que su predecesor, el primer emperador, había descubierto el fuego, la cocina y la música). Según la leyenda, Shen Nung estaba hirviendo un poco de agua para beber utilizando ramas de un té silvestre para avivar el fuego cuando una ráfaga de viento metió en su olla unas

cuantas hojas del arbusto. Descubrió que la infusión resultante era una bebida delicada y refrescante y más adelante escribió un tratado médico, el *Pen ts'ao*, sobre los usos medicinales de diversas hierbas, en el que supuestamente señaló que una infusión de hojas de té «sacia la sed, reduce la necesidad de dormir y alegra y anima el corazón». Sin embargo, el té no es, en realidad, una bebida china tan antigua; la historia de Shen Nung es una invención muy posterior. La primera edición del *Pen ts'ao*, que se data en la dinastía Han (25-221 E.C.), no hace mención del té. La referencia a él se añadió en el siglo VII.

El té es una infusión de hojas secas, capullos y flores de un arbusto perenne, el *Camellia sinensis*, que se cree evolucionó en las junglas del Himalaya oriental, en lo que hoy es la frontera entre la India y China. En la prehistoria, los hombres repararon en el efecto tonificante de mascar sus hojas y en el efecto curativo de frotar con ellas las heridas, prácticas que perduraron durante miles de años. En el sudoeste de China también se consumía en una papilla medicinal, mezclando las hojas cortadas con chalotes, jengibre y otros ingredientes; los pueblos tribales de lo que es hoy el norte de Tailandia preparaban las hojas hervidas o al vapor y las amasaban en bolas, para luego comerlas con sal, aceite, ajo, grasa y pescado seco. Así, el té fue una medicina y un alimento antes que una bebida.

No está claro el modo y el momento exacto en que se extendió a China, pero al parecer contó con la ayuda de los monjes budistas, observantes de la religión fundada en la India en el siglo vi a.E.C. por Sidhartha Gautama, conocido como Buda. Tanto los monjes budistas como los taoístas descubrieron que el té ofrecía una valiosísima ayuda para la meditación, puesto que mejoraba la concentración y ahuyentaba la fatiga, cualidades que en la actualidad se saben atribuibles a la cafeína (teína). Lao Tsu, el fundador del taoísmo que vivió en el siglo vi a.E.C., creía que el té era un ingrediente esencial del elixir de la vida.

La primera referencia china incontrovertible al té data del siglo i a.E.C., unos veintiséis siglos después del supuesto descubrimiento de Shen Nung. Tras sus inicios como enigmática bebida medicinal y religiosa, parece que su primer uso como bebida doméstica se remonta a la China de ese período; un libro de la época, *Normas de trabajo para los criados*, describe las maneras correctas de comprarlo y servirlo. En el siglo IV E.C. el té se había vuelto tan popular que se hizo necesario empezar a cultivarlo de manera deliberada, en lugar de limitarse a recolectar sus hojas de los

arbustos silvestres. El té se extendió por toda China y se convirtió en la bebida nacional durante la dinastía Tang (618-907 E.C.), un período que se considera la edad dorada de la historia china.

Durante esa época, China fue el imperio más grande, rico y poblado del mundo. Su población total se triplicó entre el 630 y el 744 hasta superar los cincuenta millones, y su capital, Changan (el moderno Xian), era la mayor metrópoli del planeta: en ella vivían unos dos millones de personas. La ciudad era un imán cultural en un momento en que China estaba especialmente abierta a la influencia exterior. El comercio florecía a lo largo de las vías comerciales de la Ruta de la Seda y por mar con la India, Japón y Corea. De Turquía y Persia se importaba ropa, peinados y el deporte del polo, de la India, nuevos alimentos, y de Asia Central, instrumentos musicales y danzas, además de vino en pellejos de cabra. A cambio, China exportaba seda, té, papel y cerámica. En ese ambiente variopinto, dinámico y cosmopolita, florecieron la escultura, la pintura y la poesía chinas.

La prosperidad del período y el aumento de la población contaron con la ayuda de la adopción generalizada de la costumbre de beber té. Sus potentes propiedades antisépticas hacían más seguro su consumo que el de bebidas anteriores como la cerveza de arroz o mijo, aunque el agua no se hirviera de manera apropiada durante la preparación. Estudios modernos han descubierto que los compuestos fenólicos (ácido tánico) del té pueden matar las bacterias que causan el cólera, el tifus y la disentería. El té podía prepararse con rapidez y facilidad a partir de hojas secas y no se echaba a perder como la cerveza. En la práctica se trataba de una eficaz tecnología de purificación, que reducía de manera drástica la incidencia de enfermedades transmitidas por el agua, disminuía la mortalidad infantil y aumentaba la longevidad.

El té también tuvo un impacto económico más visible. A medida que crecían el tamaño y el valor del comercio chino de té durante el siglo VII, los comerciantes de Fujian, que debían manejar grandes cifras de dinero, fueron los pioneros en el uso de una nueva invención: el dinero de papel. El propio té, en forma de ladrillos, también llegó a utilizarse como moneda. Se adecuaba a la perfección a ese uso, ya que ofrecía un depósito ligero y compacto de valor que además podía consumirse si era necesario. El dinero de papel tenía la desventaja de que su valor disminuía cuanto más se alejaba del centro imperial, mientras que el té en realidad aumentaba de valor en las

regiones remotas. El té en ladrillos siguió en vigor como moneda en algunos sectores del Asia Central hasta los tiempos modernos.



Producción del té en China. La conversión de las hojas en té era un proceso complicado, que se efectuaba a mano en su totalidad

La popularidad del té durante la dinastía Tang se vio reflejada en la imposición del primer impuesto sobre el producto en 780, y por el éxito de un libro publicado ese mismo año: *El libro sagrado del té*, obra de Lu Yu, un célebre poeta taoísta. Escrito a petición de los mercaderes que vendían el té, describe con gran detalle el cultivo, la preparación y el modo de servir la infusión. Lu Yu escribió muchos libros más sobre el té, y ningún aspecto escapó a su mirada. Describió los méritos de las diversas clases de hojas, el mejor tipo de agua para su preparación (a ser posible, de manantiales lentos de montaña; agua de pozo solo cuando no había otra disponible), e incluso enumeró las fases del proceso de hervir el agua: «Cuando el agua hierve, debe tener el aspecto de los ojos de pez y emitir un mero atisbo de sonido. Cuando en los bordes resuena como un manantial burbujeante y parece una ristra de innumerables perlas, ha alcanzado la segunda fase. Cuando salta como una marejada majestuosa y resuena como una ola batiente, se encuentra en su cúspide. Un poco más y el agua se habrá hervido y no

deberá usarse». El paladar de Lu Yu era tan sensible que se decía que era capaz de identificar la fuente del agua por su mero sabor, e incluso determinar la parte del río de la que la habían extraído. Más que ningún otro, Lu Yu transformó el té de una simple bebida para saciar la sed en un símbolo de cultura y sofisticación. La degustación y la apreciación del té, y en particular la capacidad de reconocer distintos tipos, llegaron a valorarse mucho. Hacer té se convirtió en un honor reservado al cabeza de familia; la incapacidad de preparar bien el té, con elegancia, se consideraba una deshonra. Las fiestas y banquetes centrados en su consumo se volvieron populares en la corte, donde el emperador bebía tés especiales hechos con agua transportada de determinados manantiales. Eso condujo a la tradición de regalar todos los años «tributos de té» especial al emperador.

La popularidad del té pervivió en la próspera dinastía Sung (960-1279), pero perdió el favor oficial cuando China cayó bajo el dominio de los mongoles, durante el siglo XIII. Los mongoles eran en su origen un pueblo nómada y dedicado al pastoreo, que cuidaba de rebaños de caballos, camellos y ovejas en las estepas abiertas. Bajo Gengis Kan y sus hijos establecieron el imperio terrestre continuo más grande de la historia, que abarcaba gran parte del continente euroasiático, desde Hungría en el oeste a Corea en el este, y por el sur hasta Vietnam. Como era apropiado para una nación de diestros jinetes, la bebida mongola tradicional era el *kumis*, que se elabora batiendo y luego fermentando leche de yegua en una bolsa de cuero, para transformar los azúcares de la lactosa de la leche en alcohol. Eso explica por qué el viajero veneciano Marco Polo, que pasó muchos años en la corte china de ese período, no hizo mención al té más que para recoger la tradición del tributo al emperador (aunque sí comentó que el *kumis* era «como vino blanco y muy bueno como bebida»). Los nuevos dirigentes de China no mostraron interés por la bebida local y mantuvieron sus tradiciones culturales. Kublai Kan, gobernante de la parte oriental del Imperio mongol, cultivaba hierba de las estepas en los patios de su palacio chino y bebía *kumis* que le preparaban especialmente con leche de yeguas blancas.

Para resaltar la amplitud y diversidad del Imperio mongol, el hermano de Kublai, Mangu Kan, instaló una fuente de plata en la capital mongola de Karakorum. De sus cuatro caños manaba cerveza de arroz de China, vino de uva de Persia, hidromiel del norte de Eurasia y *kumis* de Mongolia. Nada de té. Sin embargo, el inmenso Imperio simbolizado por esa fuente se

demostró insostenible y se derrumbó durante el siglo XIV. Entonces, uno de los modos que tuvo la cultura china para reafirmarse tras la expulsión de los mongoles y el establecimiento de la dinastía Ming (1368-1644) fue un renovado interés por el consumo de té. La preparación y el consumo de té empezaron a volverse cada vez más elaborados; se recuperó y amplió la meticulosa atención al detalle propugnada por LuYu. Evocando sus raíces religiosas, el té llegó a considerarse una forma de refresco espiritual, además de corporal.

Sin embargo, la idea de la ceremonia del té fue llevada a sus más altas cotas en Japón. Allí lo bebían ya en el siglo VI, pero en 1191 un monje budista llamado Eisai, que escribió un libro ensalzando los beneficios salutíferos del té, llevó a las islas el saber chino más avanzado sobre su cultivo, recolección, preparación y consumo. Cuando el jefe de las tropas de Japón, o shogun, Minamoto Sanetomo, cayó enfermo, Eisai lo curó con la ayuda de té cultivado en su casa. El shogun se convirtió en un firme defensor de la nueva bebida, y su popularidad se extendió desde la corte a todo el país. En el siglo XIV, el té se había vuelto popular en todos los estratos de la sociedad japonesa. El clima era propicio para su cultivo; incluso la casa más pequeña poseía un par de arbustos de los que arrancaba una hoja o dos cuando las necesitaba.

La ceremonia japonesa del té es un ritual de enorme complejidad, casi místico, que puede llevar más de una hora. Limitarse a describir los pasos de moler el té, hervir el agua y mezclar y remover la infusión es pasar por alto la importancia de la forma particular de los utensilios y el orden y la naturaleza de su uso. El agua debe pasarse desde un tipo específico de recipiente a la tetera utilizando un delicado cucharón de bambú; para medir el té se emplea una cuchara especial; debe contarse con un utensilio para remover específico, un paño cuadrado de seda para limpiar el recipiente y la cuchara, un soporte para la tapa de la tetera, y otras cosas. Todos esos artículos debe llevarlos el anfitrión en la secuencia correcta y colocarlos en las correspondientes esterillas. Lo ideal era que, además, el anfitrión recogiera en persona la leña y que la ceremonia se celebrase en un salón de té ubicado en un jardín con la disposición apropiada.

En palabras del mayor maestro japonés del té, Rikyu, que vivió en el siglo XVII: «Si el té y los cubiertos son de mal gusto, y la disposición natural y planificación de los árboles y piedras del jardín de té desagradables, más vale marcharse directos a casa». Aunque sean

increíblemente formales, algunas de las reglas de Rikyu, como que la conversación no debe abordar temas mundanos, no difieren tanto de las normas tácitas que se observan en un té europeo solemne. La ceremonia del té japonesa fue la cúspide de la cultura del té, el resultado de adoptar una bebida del sur de Asia, infundirle un abanico variado de influencias culturales y religiosas y filtrarla a través de siglos de costumbres y rituales acumulados.

El té llega a Europa

A principios del siglo XVI, cuando los primeros europeos llegaron a China por mar, los chinos, con cierta justificación, consideraban su país el más espléndido de la Tierra. Se trataba de la nación más grande y poblada del mundo, con una civilización mucho más antigua y duradera que cualquier otra de Europa. Los habitantes del Imperio Celeste, como era conocido, daban por sentada su ubicación en el centro del universo. Nadie podía competir con sus logros culturales e intelectuales; se desdeñaba a los foráneos como bárbaros o «demonios extranjeros» que, como era comprensible, querían imitar a China pero cuya influencia corruptora más valía mantener a una distancia prudencial. Tampoco existía una tecnología europea de la época que fuera desconocida para los chinos, que estaban por delante en casi todos los ámbitos: la brújula magnética, la pólvora y los libros impresos que viajaban a bordo de los barcos europeos eran sin excepción innovaciones chinas. Los exploradores portugueses que habían zarpado de su puerto comercial de Malaca, en la península Malaya, en busca de las legendarias riquezas de Oriente fueron acogidos con condescendencia. China era autosuficiente y no carecía de nada.

Los portugueses accedieron a pagar tributo al emperador a cambio del derecho a comerciar, y durante varios años mantuvieron contactos mercantiles esporádicos con China. Las manufacturas europeas no eran de interés para los chinos, aunque vendían de buen grado seda y porcelana a cambio de oro y plata. Con el tiempo, en 1557, las autoridades chinas permitieron que los portugueses establecieran un enclave comercial en la

minúscula península de Macao, en el estuario de Cantón, en el cual se despacharían todas las mercancías.

Eso permitió a los chinos imponer aranceles y minimizar el contacto con los extranjeros; el resto de los europeos fueron excluidos por completo del comercio directo. Cuando los holandeses llegaron a las Indias Orientales a finales del siglo XVI, tuvieron que comprar los artículos chinos a través de intermediarios en otros países de la región.

El té se menciona por primera vez en los informes europeos procedentes de la región en la década de 1550. Sin embargo, a los primeros comerciantes no se les ocurrió enviar remesas del producto. Es posible que los marineros portugueses llevaran pequeñas cantidades a Lisboa a título privado, pero no fue hasta 1610 cuando un barco holandés llevó el primer pequeño cargamento comercial de té a Europa, donde lo consideraron una novedad. Desde los Países Bajos el té llegó a Francia en la década de 1630 y a Inglaterra en la de 1650. Esas primeras muestras eran de té verde, la variedad que siempre habían consumido los chinos. El té negro, que se elabora permitiendo que las hojas verdes recién cogidas se oxiden dejándolas reposar durante la noche, no apareció hasta los tiempos de la dinastía Ming; sus orígenes son un misterio. Los chinos llegaron a considerarlo apto solo para el consumo por parte de extranjeros, y con el tiempo dominó las exportaciones a Europa. Ignorantes como eran de los orígenes del té, los europeos asumieron erróneamente que el té verde y el negro eran dos especies botánicas por completo distintas.

Aunque estuvo disponible en Europa varios años antes que el café, el té tuvo un impacto mucho menor durante el siglo XVII, en gran medida porque era mucho más caro. Empezó como una bebida medicinal y de lujo en los Países Bajos, donde desde la década de 1630 estallaron encendidos debates sobre sus beneficios para la salud. Un enemigo temprano del té (y del café y el chocolate, las otras dos bebidas calientes modernas) fue Simón Pauli, un médico alemán, que asistía al rey de Dinamarca. En 1635 publicó un tratado en el que reconocía que el té poseía ciertas cualidades medicinales, pero que estas se veían superadas con creces por sus desventajas. Afirmaba que transportar el té desde China lo volvía tóxico, tanto que «acelera la muerte de quienes lo beben, sobre todo si han superado la edad de cuarenta años». Pauli alardeaba de haber empleado «todo mi empeño en destruir la locura imperante de importar el té a Europa desde China».

El punto de vista opuesto lo sostenía Nikolas Dirx, un médico holandés que defendía la causa del té y lo consideraba una panacea. «No hay nada comparable a esta planta -declaró en 1641-. Quienes la consumen se ven exentos por ese motivo, sin más, de todas las afecciones, y alcanzan una edad extremadamente avanzada.» Un entusiasta incluso mayor del té fue otro médico holandés, Cornelius Bontekoe, que escribió un libro en el que recomendaba el consumo de varias tazas al día. «Recomendamos el té a la nación entera, ¡y a todos los pueblos! -declaró-. Instamos a todos los hombres y a todas las mujeres a beberlo cada día; a ser posible, cada hora; empezando con diez tazas al día para a continuación aumentar la dosis, tanto como el estómago acepte.» Las personas que estuvieran enfermas, sugería, deberían consumir hasta cincuenta tazas al día; proponía doscientas como límite. La Compañía Holandesa de las Indias Orientales honró a Bontekoe por su contribución al aumento de las ventas; de hecho, es posible que la propia compañía le encargara escribir el libro. Cabe destacar que desaprobaba la práctica de añadir azúcar a la infusión, que a la sazón empezaba a volverse popular (varias autoridades médicas de la época consideraban dañino el azúcar).

Otro añadido europeo al té fue la leche. Ya en 1660, un anuncio inglés de té declaraba que entre sus muchos supuestos beneficios médicos «refuerza (si se prepara y se bebe con leche y agua) los órganos internos, previene la tisis y mitiga poderosamente los dolores intestinales, el atenazamiento de las tripas o la diarrea». En Francia, donde el té gozó de un breve lapso de popularidad entre la aristocracia entre el 1650 y el 1700, la gente también empezó a beberlo con leche, por el sabor y para rebajar su temperatura. Enfriar el té con leche protegía tanto al bebedor como a la fina taza de porcelana en la que se servía. Sin embargo, en Francia el té pronto se vio eclipsado por el café y el chocolate. En última instancia fue Gran Bretaña, y no Francia o los Países Bajos, la que emergió como la nación europea más amante del té, algo que tuvo trascendentales consecuencias históricas.

El peculiar entusiasmo británico por el té

No resulta exagerado afirmar que en Gran Bretaña casi nadie bebía té a principios del siglo XVIII, y que a finales del mismo siglo casi todo el mundo lo consumía. Las importaciones oficiales crecieron de unas seis toneladas en 1699 a once mil un siglo más tarde, y el precio de la libra de té a finales de siglo era una vigésima parte del de sus inicios. Además, esas cifras no tienen en cuenta el té de contra-bando, que probablemente doblaba el volumen de las importaciones durante gran parte del siglo, hasta que el arancel impuesto al té experimentó una marcada reducción en 1784. Otro factor que induce a la confusión fue la práctica generalizada de la adulteración: cortar el té mezclándolo con ceniza y hojas de sauce, serrín, flores y sustancias de origen más dudoso -incluso estiércol de oveja, según una crónica-, a menudo coloreadas y camufladas mediante el uso de colorantes químicos. El té era adulterado de una manera u otra en casi todas las etapas de la cadena que llevaba de la hoja a la taza, de modo que la cantidad consumida era mucho mayor que la importada. El té negro empezó a cobrar popularidad, en parte porque era más duradero que el verde en las largas travesías, pero también como efecto secundario de esa adulteración. Muchos de los productos químicos que se empleaban para hacer falso té verde eran tóxicos, mientras que el negro era más seguro aun estando adulterado. A medida que el té negro empezó a sustituir al verde, de sabor más suave y menos amargo, el añadido de azúcar y leche ayudó a hacerlo más apetecible.

Fuera cual fuese el alcance del contrabando y la adulteración, lo que está claro es que a finales del siglo XVIII en Gran Bretaña entraba té más que suficiente para que todos los habitantes del país se tomaran una o dos tazas al día, con independencia de su condición social. Ya en 1757, un observador señaló que «hay cierta calle cerca de Richmond donde a menudo se ve a los mendigos, en la estación veraniega, tomándose el té. Puede verse a los obreros que arreglan las carreteras tomándose el té; lo beben incluso en los carros de carbón y, lo que no resulta menos absurdo, se lo venden en tazas a los campesinos que recogen el heno». ¿Qué explica la rapidez y el entusiasmo con que los británicos adoptaron el té? La respuesta se encuentra en diversos elementos coincidentes.

El té despegó cuando se puso de moda en la corte inglesa a raíz de la boda de Carlos II con Catalina de Braganza, hija del rey Juan IV de Portugal, en 1662. Su enorme dote comprendía los puertos comerciales portugueses de Tánger y Bombay, el derecho a comerciar con las

posesiones lusas de ultramar, una fortuna en oro y un cofre de té. Catalina era una inveterada bebedora de la infusión, y se llevó la costumbre con ella. El uso de tomar té en tacitas -«no más grandes que un dedal», según una crónica de la época- triunfó de inmediato entre la aristocracia. Un año después de la boda de Catalina con el rey, el poeta Edmund Waller le escribió un poema de cumpleaños, «Del té», en el que destacaba sus dos regalos a la nación: el té y la facilidad de acceso a las Indias Orientales.



Catalina de Braganza, esposa de Carlos II, introdujo el té en la corte inglesa

*La mejor de las reinas y la mejor de las hierbas,
se las debemos a esa aguerrida nación, que mostró el camino
hacia la remota región donde sale el sol,
cuyas ricas producciones con tanta justicia apreciamos
Amigo de la musa, el té ayuda a nuestra fantasía,
contiene los vapores que la cabeza invaden
y mantiene sereno el palacio del alma;
es justo en su cumpleaños saludar a la reina.*

Tras el impulso inicial proporcionado por la reina bebedora de té, el segundo factor en el auge de la infusión fue el papel de la Compañía Británica de las Indias Orientales, que tenía concedido el monopolio de las importaciones a Inglaterra desde las Indias. Aunque en un principio careciera de acceso directo a China, los registros de la compañía muestran

que empezó a transportar pequeñas cantidades de «buen té» desde Holanda durante la década de 1660 como regalo para el rey, para asegurarse de que «no se encontrara totalmente olvidado por la compañía». Este y otros regalos granjeó a la compañía el favor de Carlos, que poco a poco le concedió amplios poderes, entre ellos el derecho a adquirir territorios, emitir moneda, mantener un ejército, forjar alianzas, declarar la guerra y firmar la paz y dispensar justicia. A lo largo del siglo siguiente, lo que había empezado como una simple compañía comercial acabó siendo la manifestación del poder inglés en Oriente, con más poder a su disposición que cualquier otra entidad comercial de la historia. Como observó en 1799 el economista y escritor escocés William Play fair: «A partir de un cuerpo limitado de comerciantes, la Compañía de las Indias se ha convertido en el árbitro de Oriente». Ello se debía en gran parte al modo en que la compañía fomentó, amplió y aprovechó el comercio del té.

En las reuniones de los directores de la compañía en Londres se servía té desde mediados de la década de 1660, y los capitanes y otros oficiales de sus barcos lo importaban en pequeñas cantidades, en el espacio que se reservaba en todas las embarcaciones para el «comercio privado». El té era un artículo idóneo para esos fines, dada su escasez y su elevado valor; los beneficios obtenidos de una tonelada de té podían equivaler a varios años de salario, y no era inusual que un capitán contara con un espacio reservado de diez toneladas. Es probable que el comercio privado de té contribuyera a estimular la demanda inicial, pero en 1686 fue prohibido por temor a que socavara el pequeño pero pujante comercio oficial de la compañía.

Las primeras importaciones de la compañía desde las Indias Orientales (desde Bantam, en la actual Indonesia) llegaron en 1669, y la oferta de té fue aumentando poco a poco. En un principio se trataba de un artículo de escasa importancia, ya que la compañía se concentró primero en la importación de pimienta y luego en la de tejidos baratos asiáticos. Sin embargo, la oposición de los productores textiles nacionales espoleó a la compañía a conceder mayor importancia al té; no había peligro de perjudicar a los productores nacionales, puesto que no existían. El precio de venta padecía drásticas oscilaciones a causa de la naturaleza esporádica de la oferta, pero el precio por libra de los té más caros, que empezó en torno a las seis a diez libras en 1660, había caído hasta unas cuatro libras hacia 1700. El precio por libra de los té de menor calidad era de una libra. Sin embargo, una familia pobre de la época podía disponer de una renta anual

de veinte libras, de modo que el té seguía siendo demasiado caro para pasar a ser de consumo masivo. Continuó siendo un artículo de lujo hasta finales del siglo XVII, eclipsado por el café, que costaba mucho menos: una taza de té valía unas cinco veces más que una de café.

Solo cuando la compañía estableció enclaves comerciales en China a principios del siglo XVIII y comenzó las importaciones directas de té se incrementaron los volúmenes de importación y cayeron los precios, con lo que el producto se volvió asequible para un público mucho más amplio. Hacia 1718 estaba desplazando a la seda como producto principal de las importaciones de China; hacia 1721 las importaciones ascendían a cinco mil toneladas al año. En 1774, un escritor observó que «abrir el comercio con las Indias Orientales [...] bajó el precio del té [...] hasta tal punto que el más humilde trabajador podía permitirse adquirirlo». En su momento culminante, el té copaba más del 60 por ciento del volumen de comercio total de la compañía y el arancel sobre su importación equivalía más o menos al 10 por ciento de los ingresos del gobierno británico. Como resultado, el control del comercio del té concedió a la compañía una gran influencia política, y le permitió conseguir que se aprobaran leyes que la favorecieran. Se prohibieron las importaciones de té de otros países europeos; el arancel sobre el té se redujo para aumentar las ventas y ampliar el mercado; su adulteración pasó a ser punible con cuantiosas multas. El contrabando y la adulteración eran un mal endémico, pero eso no hacía sino demostrar que había una demanda insatisfecha del producto. Al final, lo único que se interponía entre Gran Bretaña y el dominio total de las Indias Orientales eran los holandeses. Una serie de guerras finalizó en 1784 con la derrota holandesa, y la gran rival, la Compañía Holandesa de las Indias Orientales, fue disuelta en 1795, lo que concedía a su competidora británica un control casi absoluto del comercio global del té.

Catalina de Braganza lo puso de moda y la Compañía de las Indias Orientales lo hizo asequible, pero el té también se volvió social con la invención de nuevas maneras de consumirlo, tanto en privado como en público. En 1717, Thomas Twining, propietario de un café en Londres, abrió una tienda contigua específicamente dedicada a la venta de té, y en particular a las mujeres. Las féminas no podían comprar té en el mostrador de los cafés porque eran establecimientos a los que solo podían acceder los hombres. Tampoco deseaban enviar a sus sirvientes a adquirirlo con el resto de productos para la casa, puesto que era caro y eso habría supuesto

confiarles grandes sumas de dinero (el coste del té queda patente en el uso de unas cajitas especiales, con cerrojo en la tapa, en las que se guardaba el té y a las que solo tenía acceso la señora de la casa). Sin embargo, en la tienda de Twining, las mujeres podían comprar la nueva bebida de moda en tazas para su consumo inmediato o en hojas secas para prepararla en casa. «Las grandes damas acudían en tropel al local de Twining en Deveraux Court para saborear la tonificante infusión en tacitas por las que pagaban sus chelines», señaló un observador de la época. También podían pedir que Twining les preparase mezclas especiales, al gusto.



Un té inglés en torno a 1750. El consumo ceremonial de té en ambientes refinados se convirtió en una señal de sofisticación

El conocimiento del té y de su consumo ceremonial en refinados entornos domésticos se convirtió en un modo de demostrar la propia sofisticación. Las complejas fiestas de té surgieron como el equivalente británico a las ceremonias chinas y japonesas; la infusión se servía en tazas de porcelana, importadas en ingentes cantidades como lastre en los mismos barcos que transportaban el té desde China. Había autores que ofrecían consejo sobre cómo prepararlo, el orden en el que había que servir a invitados de distinto rango, con qué alimentos acompañarlo y cómo debían los invitados expresar su agradecimiento al anfitrión. El té no era solo una bebida: con el tiempo llegó a ser una colación totalmente nueva para las tardes.

Otra innovación en el modo de servir la infusión fue el surgimiento de los jardines de té londinenses. El primero en abrir, en 1732, fue Vauxhall Gardens, un parque con senderos iluminados, quioscos de música, artistas de todo tipo y puestos que vendían comida y bebida, sobre todo pan con mantequilla con té para regarlo. No tardaron en aparecer otros jardines de té. Su atractivo radicaba en que proporcionaban un espacio público elegante y respetable, y un buen lugar donde encontrarse con miembros del sexo opuesto. Los jóvenes de un jardín de té, el White Conduit House, tropezaban «accidentalmente» con la cola de los vestidos de las jóvenes y les ofrecían un bol de té a modo de compensación; en otro jardín, el Parthenon, las mujeres daban el primer paso y le pedían al joven de su elección que las invitara a un bol de té, de acuerdo con un artículo de la época del *Gentleman's Magazine*. Los jardines de té eran especialmente populares entre las mujeres, que siempre habían sido excluidas de los cafés, que a la sazón se hallaban en decadencia. Los cafés más respetables habían empezado a transformarse en clubes privados para caballeros e instituciones comerciales; quedaban solo los menos respetables, que dependían de la venta de alcohol y eran cada vez más difíciles de distinguir de las tabernas. Como comentó el escritor Daniel Defoe, tales establecimientos «no son más que cervecerías, con la salvedad de que piensan que el nombre de café les confiere un aire más digno».

Para los pobres, el té se fue convirtiendo poco a poco en un lujo asequible, para pasar a ser más tarde un producto de primera necesidad; trucos como apurar una pequeña cantidad de té añadiendo más agua o reutilizando hojas por fin pusieron la bebida al alcance de todos, o al menos una versión de ella. A partir de mediados del siglo XVIII se añadieron

determinadas cantidades de té a los salarios de los sirvientes de las casas; en 1755, un visitante italiano en Inglaterra comentó que «hasta las doncellas comunes deben tomarse su té dos veces al día». A pesar de proceder del otro extremo del mundo, con el tiempo el té llegó a ser más barato que cualquier bebida, a excepción del agua. «Tal es la situación de nuestro sistema comercial y financiero, que el té traído de los confines orientales del mundo y el azúcar traído de las Indias Occidentales [...] componen una bebida más barata que la cerveza», señaló un observador escocés de principios del XIX. Además, cuando se consumía acompañado de alimentos fríos, el té parecía constituir una comida caliente. Hubo quien censuró la adopción del té por parte de los pobres con el argumento de que en vez de imitar los hábitos de los ricos deberían gastar su dinero en alimentos más nutritivos. Un legislador llegó a sugerir que debía legalizarse el té para todo aquel que dispusiese de una renta anual inferior a las cincuenta libras. Sin embargo, la verdad era, como observó un escritor del siglo XVIII, que «si ahora los privaran de eso, se verían reducidos de inmediato al pan y el agua. Beber té no es la causa, sino la consecuencia, de las desdichas de los pobres». La bebida de las reinas se había convertido también en la bebida del último recurso.

Desde la cúspide de la sociedad británica hasta lo más bajo, todo el mundo bebía té. Tanto la moda como el comercio y los cambios sociales desempeñaron su papel en la adopción de la infusión por parte de los ingleses, un fenómeno que los extranjeros observaron antes incluso del final del siglo XVIII. En 1784, un visitante francés señaló que «a lo largo y ancho de toda Inglaterra es general el consumo de té... El campesino más humilde toma el té dos veces al día, igual que el rico; el consumo total es inmenso». Un visitante sueco observó que «junto con el agua, el té es el elemento propio del inglés. Todas las clases lo consumen, y si uno sale a las calles de Londres a primera hora de la mañana puede ver en muchos lugares mesitas dispuestas bajo el cielo abierto, alrededor de las cuáles los carboneros y obreros apuran sus tazas de la deliciosa infusión». El té había cruzado el planeta desde el imperio más antiguo del mundo y se había afianzado en pleno corazón del más nuevo. Al beber en casa sus tazas de té, los británicos tenían un recordatorio del alcance y el poder de su Imperio de ultramar. El auge del té estuvo entrelazado con el crecimiento de Gran Bretaña como potencia mundial, y preparó el escenario para una mayor expansión de su poderío comercial e imperial.

10. El poder del té

El progreso de esta famosa planta ha presentado un gran parecido con el progreso de la verdad; sospechosa al principio, aunque muy sabrosa para quienes tenían el coraje de probarla; resistida mientras se asentaba; abusada a medida que se extendía su popularidad; y afianzada en su triunfo por fin, al animar el país entero desde el palacio a la granja, en virtud solo de los esfuerzos lentos e irresistibles del tiempo y sus propias virtudes.

Isaac D'Israeli, crítico e historiador inglés (1766-1848)

Té e industria

En 1771, Richard Arkwright, un inventor británico, inició la construcción de un gran edificio en Cromford, Derbyshire. Arkwright, el más joven de trece hermanos, había dado una primera muestra de su talento empresarial al empezar a acumular cabello humano, que luego teñía con su propia fórmula secreta y convertía en pelucas. El éxito de ese negocio le proporcionó los medios para emprender un proyecto más ambicioso, y en 1767 empezó a desarrollar una máquina de hilar (*water frame*). Se trataba de una máquina hiladora continua; sin embargo, a diferencia de la *jenny* de Hargreaves, un artefacto que un operario cualificado manejaba a mano, la máquina de Arkwright no requería una destreza especial. En 1768 y con la ayuda de un relojero, John Kay, del que obtuvo detalles de un diseño anterior, Arkwright construyó un prototipo y erigió su primera hilandería, que necesitaba la fuerza motriz de una noria con caballos. La hilandería impresionó tanto a dos acaudalados hombres de negocios que proporcionaron a Arkwright los fondos necesarios para construir una mucho más grande en un río de Cromford, donde las máquinas eran impulsadas por una rueda hidráulica. Allí, en la primera fábrica moderna, Arkwright puso en marcha un nuevo modo de entender la manufactura. Su éxito lo convirtió

en una figura capital de la revolución que hizo de Gran Bretaña la primera nación industrializada del mundo.

La revolución industrial, que empezó con la manufactura de artículos textiles y luego se extendió a otros sectores, dependía de innovaciones tanto tecnológicas como organizativas. El punto de arranque fue la sustitución de los trabajadores cualificados por máquinas precisas e incansables. Esas máquinas requerían nuevas fuentes de energía, como el agua y el vapor. Y eso, a su vez, volvía provechoso reunir muchas máquinas en una gran fábrica, alrededor de una fuente de energía como una rueda hidráulica o una máquina de vapor. Los artesanos capaces de realizar una variada gama de trabajos dieron paso a los obreros especializados en una sola fase del proceso manufacturero. Juntar máquinas y obreros bajo un mismo techo daba la oportunidad de supervisar de cerca el proceso completo, y la organización por turnos garantizaba el máximo rendimiento de la costosa maquinaria. Arkwright construyó casitas para sus empleados cerca de su hilandería, para que llegaran a tiempo al trabajo. Todo eso ejerció un efecto asombroso sobre la productividad. Cada obrero del taller de Arkwright podía realizar el trabajo de cincuenta hilanderas manuales, y a medida que se automatizaban otros procesos de la producción textil -como el carmenado, el cardado y, en última instancia, el tejido- la producción fue creciendo vertiginosamente. A finales del siglo XVIII, los productos textiles británicos eran tan baratos y abundantes que Gran Bretaña empezó a exportarlos a la India, lo que provocó el hundimiento de la industria textil tradicional de la región.

Los obreros de las nuevas fábricas del siglo XVIII se aficionaron al té del mismo modo que los escribanos, hombre de negocios e intelectuales se habían aficionado al café en el siglo XVII. Era la bebida más apropiada para esa nueva organización del trabajo, y contribuyó a la industrialización de diversas maneras. Los propietarios de los talleres empezaron a ofrecer a sus empleados «pausas para el té» gratuitas como incentivo. A diferencia de la cerveza, la bebida ofrecida por tradición a los trabajadores agrícolas, el té no ofuscaba el entendimiento sino que lo agudizaba, gracias a la presencia de la cafeína. Mantenía despiertos a los obreros durante los largos y tediosos turnos, y mejoraba su concentración cuando manejaban máquinas de rápido movimiento. Una tejedora o hilandera manual podía tomarse descansos cuando lo necesitaba; el trabajador de una fábrica, no. Los obreros fabriles tenían que funcionar como engranajes de una máquina bien

engrasada, y el té era el lubricante que garantizaba el fluido funcionamiento de las fábricas.

Sus propiedades antibacterianas naturales también supusieron una ventaja, ya que reducían la incidencia de enfermedades transmitidas por el agua aun cuando el agua empleada para elaborar el té no se hirviese de manera adecuada. El número de casos de disentería en Gran Bretaña empezó a descender a partir de la década de 1730, y en 1796 un observador señaló que la disentería y otras enfermedades transmitidas por el agua «han disminuido tanto que su mismo nombre es casi desconocido en Londres». A principios del siglo XIX, médicos y estadísticos se mostraban de acuerdo en que la causa más probable de la mejoría de la salud de la nación era la popularidad del té. Eso permitió que la mano de obra se concentrara más densamente en sus viviendas alrededor de las fábricas en las ciudades industriales de las Midlands sin riesgo de padecer enfermedades. Los niños también salieron beneficiados, puesto que los compuestos fenólicos antibacterianos del té se transmiten con facilidad a la leche materna. Eso disminuyó la mortalidad infantil y proporcionó una gran reserva de mano de obra justo cuando se afianzaba la revolución industrial.

La popularidad del té también estimuló el comercio, al disparar la demanda de vajilla y dar lugar a una floreciente nueva industria.

Poseer un refinado «servicio de té» era algo de gran importancia social, tanto para los ricos como para los pobres. En 1828 un observador señaló que «los operarios de las máquinas de hilaza» residían en «viviendas y jardincitos limpios y ordenados, toda la familia bien arreglada, los hombres cada uno con su reloj en el bolsillo y las mujeres vestidas a su gusto [...] cada casa bien amueblada con un reloj de elegante caoba o refinado armazón, hermosos servicios de té de loza de Staffordshire, con pinzas para el azúcar y cucharillas de plata o chapadas». El ceramista más famoso de Staffordshire era Josiah Wedgwood, cuya empresa producía servicios de té con tanta eficacia que podía competir con la porcelana china, cuyas importaciones decayeron y finalmente cesaron en 1791.

Wedgwood fue pionero de la producción en serie y precursor del uso de máquinas de vapor para triturar materiales y propulsar maquinaria de estampado. Los alfareros de sus fábricas ya no elaboraban cada artículo de principio a fin, sino que se especializaban en una fase de la producción y se volvían particularmente diestros en ella. Los productos pasaban en un flujo constante de un trabajador al siguiente. Esa división del trabajo permitió

que Wedgwood empleara a los diseñadores de mayor talento para sus servicios de té, sin exigirles que además fueran alfareros. También fue pionero del uso de celebridades para promocionar sus productos: cuando la reina Carlota, esposa de Jorge II, encargó «un juego completo de piezas de té», se procuró su permiso para vender al público artículos parecidos bajo el nombre de «Vajilla de la Reina». Puso anuncios en los periódicos y organizó muestras especiales, previa invitación, de sus servicios de té, como el que produjo para la emperatriz Catalina II de Rusia. Al mismo tiempo, la comercialización del té también se estaba volviendo más sofisticada; nombres como el de Richard Twining (hijo de Thomas) y el de otros comerciantes del ramo se volvieron famosos. En 1787, Twining montó un cartel especialmente diseñado sobre la puerta de su tienda y etiquetó su té con el mismo diseño, que en la actualidad se considera el logotipo comercial más antiguo del mundo. La comercialización del té sentó las primeras bases del consumismo.

El resto de las naciones occidentales tardaron un siglo en ponerse a la altura de la industrialización británica. Existen muchos motivos por los que Gran Bretaña estaba bien situada para ser la cuna de la industria: su tradición científica, la ética protestante del trabajo, un grado inusual de tolerancia religiosa, amplias reservas de carbón, eficaces redes de transporte en forma de carreteras y canales, y los frutos del Imperio, que proporcionaron los fondos para financiar a los empresarios británicos. Sin embargo, el característicamente británico gusto por el té también desempeñó un papel importante al mantener a raya las enfermedades en las nuevas ciudades industriales y distraer el hambre durante los largos turnos. El té fue el combustible de los obreros de las primeras fábricas, lugares donde tanto hombres como máquinas funcionaban, cada uno a su manera, impulsados con la fuerza del vapor.

Política desde la tetera

El poder político de la Compañía Británica de las Indias Orientales, la organización que proveía de té a Gran Bretaña, era inmenso. En su apogeo, la compañía generaba más ingresos que el gobierno británico y regía los

destinos de muchas más personas, mientras que el arancel sobre el té suponía hasta un 10 por ciento de los ingresos gubernamentales. Todo eso confería a la compañía una influencia tanto directa como indirecta sobre las políticas de la nación más poderosa de la Tierra. La compañía tenía muchos amigos en las altas esferas, y muchos de sus empleados se compraban, sin más, un sitio en el Parlamento. Los valedores de la Compañía de las Indias Orientales también cooperaban en ocasiones con los políticos que temían intereses en las Indias Occidentales; la demanda de azúcar de las Indias Occidentales dependía del consumo de té. Todo eso garantizaba que en muchos casos la política de la compañía fuese la del gobierno.

El ejemplo más conocido de esta situación tiene que ver con el papel de la política del té en la Declaración de la Independencia norteamericana. A principios de la década de 1770, el contrabando de té en Gran Bretaña y sus colonias americanas se hallaba en su apogeo. En la metrópoli el atractivo del té de contrabando radicaba en que era más barato que el legal, ya que los contrabandistas no pagaban aranceles. En América los colonos habían empezado a adquirir té de contrabando desde Holanda para evitar pagar la tasa impuesta por el gobierno de Londres a las importaciones del producto, dado que se oponían a pagar ningún impuesto de ese tipo por principio (el impuesto del té era el último vestigio de los diversos tributos por artículos impuestos por Londres con el fin de recaudar dinero para saldar la deuda resultante del exitoso combate de la guerra de los Siete Años). El contrabando galopante redujo las ventas de té legal, y la compañía se encontró con enormes reservas: casi diez mil toneladas de té esperaban en sus almacenes londinenses. Y, puesto que la compañía tenía que pagar el arancel sobre las importaciones las vendiera o no, debía al gobierno más de un millón de libras. La solución de la compañía, como de costumbre, fue conseguir que el gobierno interviniera en su favor.

El resultado fue la Ley del Té de 1773. Sus estipulaciones, dictadas por la compañía, incluían un préstamo gubernamental de 1,4 millones de libras para pagar sus deudas, y el derecho a enviar té de China a América sin escalas. Eso significaba que la compañía no tendría que pagar el arancel británico a las importaciones, sino solo el americano, mucho más bajo, de tres peniques por libra. Además, el arancel sería abonado por los agentes de la compañía en América, a quienes se concederían derechos exclusivos para la venta del té, con lo que se otorgaría el monopolio a la compañía. Además de afianzar el derecho del gobierno a cobrar impuestos a los colonos, la tasa

arancelaria más baja competiría con el precio del té ilegal y perjudicaría a los contrabandistas. Los representantes de la compañía argüyeron que, aun así, los colonos se mostrarían agradecidos, puesto que el efecto final sería una reducción del precio del té.



El Motín del Té de Boston de 1773, en el que los rebeldes vaciaron tres cargamentos de té en el puerto de la ciudad

Fue un enorme error de cálculo. Los colonos americanos, en particular los de Nueva Inglaterra, dependían para su prosperidad de la capacidad para dedicarse a un comercio sin restricciones ni interferencias de Londres, ya fuese comprando melaza de las Indias Occidentales francesas para elaborar ron o tratando con té holandés de contrabando. Boicotearon las mercancías

británicas y se negaron a pagar impuestos al gobierno de Londres por cuestión de principios. También se sentían despechados por el modo en que el gobierno entregaba a la Compañía de las Indias Orientales el monopolio sobre la venta de té al por menor. ¿Qué sería lo siguiente? «La Compañía de las Indias Orientales, una vez que ponga pie en este (antes) feliz país, no dejará piedra sin girar hasta convertirse en vuestro amo -declaraba un panfleto publicado en Filadelfia en diciembre de 1773-. Cuentan con un ministerio maquinador, depravado y despótico que los asiste y apoya. Ellos mismos están bien versados en tiranía, saqueo, opresión y derramamiento de sangre... Así se han enriquecido, así se han convertido en la más poderosa compañía comercial del universo.» Muchos comerciantes británicos eran del mismo parecer; una vez más, el gobierno permitía que la compañía dictara la política en su propio beneficio.

Cuando la ley entró en vigor y los barcos de la compañía llegaron a América con sus cargamentos de té, los colonos impidieron que descargaran. Y el 16 de diciembre de 1773, un grupo de rebeldes disfrazados de indios mohawk -muchos de ellos eran comerciantes relacionados con el negocio del contrabando de té que temían por su sustento- abordaron tres barcos de la compañía en el puerto de Boston. En el transcurso de tres horas volcaron en el agua los 342 cofres de té de la bodega. Se produjeron otros «motines del té» parecidos en diferentes puertos. En marzo de 1774, el gobierno británico respondió declarando clausurado el puerto de Boston hasta que se hubiera compensado a la Compañía de las Indias Orientales por sus pérdidas. Fue la primera de las llamadas Leyes Coercitivas, una serie de medidas aprobadas en 1774 con las que los británicos pretendían reafirmar su autoridad sobre las colonias pero que solo consiguieron enfurecer aún más a los colonos y a la larga provocar el estallido de la guerra revolucionaria de 1775. Resulta tentador preguntarse si un gobierno menos influido por los intereses de la compañía podría haberse desentendido sin más de los motines del té o haber alcanzado algún compromiso con los colonos (en el bando americano, por ejemplo, Benjamín Franklin propugnaba pagar una compensación por el té destruido). Sin embargo, en realidad la disputa por el té demostró ser un paso decisivo hacia la pérdida de las colonias americanas por parte de Gran Bretaña.

Las expectativas de la Compañía de las Indias Orientales se reavivaron en 1784, al recortarse el arancel sobre las importaciones de té a Gran Bretaña, lo que bajó el precio del producto legal, dobló las ventas de la compañía y acabó con el contrabando. Sin embargo, el poder de la compañía sufrió una gradual reducción ante la creciente preocupación por su enorme influencia y el comportamiento corrupto y codicioso de sus representantes. Fue sometida a la supervisión de una junta de control que respondía ante el Parlamento. Y en 1813, a medida que cundía el entusiasmo por la defensa del libre comercio por parte de Adam Smith, se retiró el monopolio de la compañía sobre el comercio oriental, salvo en el caso de China. La compañía se concentró menos en el comercio y más en la administración de sus inmensos terrenos en la India; después de 1800, el grueso de sus ingresos procedía de la recaudación de impuestos sobre tierras indias. En 1834 se eliminó también el monopolio sobre el comercio con China.

No obstante, a pesar de la disminución de su influencia política y la llegada al mercado de comerciantes competidores, la compañía siguió ejerciendo un férreo control sobre el comercio del té a través de su implicación en el mercado del opio. Este poderoso narcótico, elaborado con el jugo extraído de las semillas de adormideras verdes, se utilizaba como medicina desde la Antigüedad. Sin embargo, es sumamente adictivo, y la adicción al opio había llegado a ser un problema tan considerable en China que las autoridades habían prohibido su consumo en 1729. A pesar de todo, siguió existiendo un comercio ilícito de la sustancia, y a principios del siglo XIX la compañía, en connivencia con el gobierno británico, lo organizó y lo amplió a escala masiva. Se estableció una ingente operación semioficial de contrabando de drogas para mejorar la desfavorable balanza comercial de Gran Bretaña con China, que había sido resultado directo del gusto británico por el té.

Desde el punto de vista británico, el problema era que a los chinos no les interesaba comerciar con té a cambio de mercancías europeas. Una notable excepción, durante el siglo XVIII, habían sido los relojes y los juguetes mecánicos, o autómatas, cuya producción era una de las escasas áreas en las que el saber tecnológico europeo superaba al chino. En

realidad, por entonces la tecnología europea se estaba adelantando a la china en muchos ámbitos, ya que el deseo de China de aislarse de las influencias exteriores inspiró una desconfianza general respecto al cambio y la innovación. Aun así, el atractivo de los autómatas no tardó en disminuir, y el problema quedó pendiente: la compañía tenía que pagar por su té con dinero contante y sonante, en forma de plata. No solo era difícil conseguir las ingentes cantidades de plata que se precisaban -el equivalente a unos mil millones de dólares al año, en dinero de hoy-, sino que, para empeorar las cosas, la compañía descubrió que el precio de la plata estaba subiendo más rápido que el del té, lo que menoscababa sus beneficios.

De ahí el atractivo del opio. Al igual que la plata, era considerado una mercancía valiosa, al menos por los comerciantes chinos dispuestos a traficar con él. El cultivo y la preparación del opio en la India se convirtieron en monopolio de la compañía, que desde la década de 1770 permitía la venta de modo discreto de pequeñas cantidades de opio a contrabandistas o comerciantes chinos corruptos. De modo que la compañía se dispuso a aumentar la producción del narcótico para utilizarlo en lugar de plata en la compra de té. Así sería capaz, en la práctica, de generar tanto dinero como necesitara.

Por supuesto, los representantes de la compañía no podían permitirse ser descubiertos comerciando directamente con una droga ilegal a cambio de té, de modo que se ideó una compleja trama para mantener el comercio del opio a una prudencial distancia. La droga se producía en Bengala y se vendía en una subasta anual en Calcuta, tras la cual la compañía alegaba desconocer su destino posterior. El opio era comprado por ciertas «firmas nacionales» con sede en la India, organizaciones comerciales independientes a las que la compañía había concedido permiso para comerciar con China. Esas firmas, a su vez, enviaban el opio al estuario de Cantón, donde lo intercambiaban por plata y lo descargaban en la isla de Lintin. Desde allí, los comerciantes chinos lo transportaban en galeras de remeros y lo desembarcaban de contrabando en la orilla. Así, las firmas nacionales podían afirmar que no hacían nada ilegal, puesto que no llegaban a introducir el opio en China, y la compañía podía negar que estuviera involucrada de modo alguno en el comercio. De hecho, sus barcos tenían estrictamente prohibido transportar opio.

Los funcionarios chinos de aduanas eran muy conscientes de lo que estaba sucediendo, pero ellos también estaban implicados en el asunto, pues

los comerciantes de opio chinos los habían sobornado, como explicó W.C. Hunter, un comerciante norteamericano, en una crónica de la época: «Existía un sistema de sobornos tan perfecto (con el que los extranjeros no tenían nada que ver) que el negocio funcionaba con facilidad y regularidad. Se producían obstrucciones temporales, como por ejemplo, a la llegada de magistrados recién nombrados. Entonces surgía la cuestión de los pagos... A su debido tiempo, sin embargo, se arreglaba de modo satisfactorio, los mediadores reaparecían con una sonrisa radiante y la paz y la impunidad reinaban en el territorio». De vez en cuando, los funcionarios locales emitían edictos amenazantes exigiendo que los navíos extranjeros que rondaban por Lintin amarraran en el continente o se alejaran; y en ocasiones ambos bandos escenificaban una persecución, con embarcaciones chinas de aduanas a la caza de barcos foráneos, al menos hasta perderlos de vista. Entonces los funcionarios redactaban un informe en el que afirmaban haber ahuyentado a un contrabandista extranjero.

Desde el punto de vista de la compañía y sus amigos del gobierno, esta trama infame resultó extremadamente eficaz: las exportaciones de opio a China se multiplicaron por doscientos cincuenta hasta alcanzar las mil quinientas toneladas al año en 1830. Su venta producía plata suficiente para pagar el té de Gran Bretaña; más que suficiente, de hecho, ya que el valor de las importaciones chinas de opio excedió al de sus exportaciones de té a partir de 1828. La plata recorría una ruta tortuosa: las firmas nacionales la enviaban de vuelta a la India, donde la compañía la adquiría utilizando cheques bancarios emitidos en Londres. Dado que la compañía era también el gobierno de la India, esos cheques equivalían a dinero en efectivo. Entonces enviaban la plata a Londres y llegaba a manos de agentes de la compañía, que se la llevaban otra vez hasta Cantón para comprar té. Aunque en aquella época China producía legalmente tanto opio como el que importaba, eso no justifica un tráfico de drogas con sanción estatal y a escala masiva que creó miles de adictos y arruinó incontables vidas con el mero fin de mantener el suministro de té a Gran Bretaña.

El empeño del gobierno chino por poner freno al comercio con nuevas leyes resultó infructuoso, ya que la burocracia cantonera estaba completamente corrompida. Al final, en diciembre de 1838, el emperador mandó al comisionado Lin Tse-su a Cantón para que pusiera fin al comercio de opio de una vez por todas. El ambiente ya estaba muy crispado cuando llegó Lin: desde el final del monopolio de la compañía en 1834, los

funcionarios locales estaban enfrentados con el representante del gobierno británico a causa de las normas comerciales. Lin ordenó de inmediato que los comerciantes chinos y sus socios británicos destruyeran sus reservas de opio. No le hicieron caso, pues habían recibido órdenes parecidas antes y las habían desoído con total impunidad. De modo que los hombres de Lin prendieron fuego a las existencias de opio y quemaron las reservas suficientes para un año. Cuando los contrabandistas lo asumieron como un revés temporal y retomaron sus acostumbradas actividades, Lin los arrestó, sin hacer distinciones entre chinos y británicos. Entonces, después de que dos marineros británicos asesinaran a un chino en una pelea y las autoridades inglesas se negaran a entregarlos, Lin expulsó a los británicos de Cantón.

Eso provocó un escándalo en Londres, donde los representantes de la compañía y otros comerciantes hacía tiempo que presionaban al gobierno para que obligara a China a abrirse a un comercio más amplio en vez de obligar a que todo pasara por Cantón. Los comerciantes sostenían que había que tratar la volátil situación de Cantón teniendo en cuenta los intereses del libre comercio en general y la protección del comercio del té (y la venta de opio asociada a él) en particular. El gobierno no quería refrendar abiertamente el comercio de opio, así que en lugar de eso adoptó la postura de que la prohibición interna del opio en China no confería a los funcionarios de ese país el derecho a confiscar y destruir mercancías (es decir, opio) pertenecientes a comerciantes británicos. Con el pretexto de defender el derecho al libre comercio, se declaró la guerra.

La guerra del opio de 1839-1842 fue breve y desigual, gracias a la superioridad de las armas europeas, que fue una sorpresa para los chinos. Ya en la primera escaramuza, en julio de 1839, dos buques de guerra británicos derrotaron a veintinueve embarcaciones enemigas. En tierra, los chinos y sus armas medievales no eran rivales para las tropas británicas, armadas con los mosquetes más modernos. A mediados de 1842, los soldados británicos habían tomado Hong Kong, se habían apoderado de los deltas de los principales ríos y habían ocupado Shanghai y varias ciudades más. Los chinos se vieron obligados a firmar un tratado de paz que concedía Hong Kong a los británicos, abría cinco puertos para el libre comercio de todas las mercancías y exigía el pago de reparaciones en plata a los británicos, incluida una compensación por el opio que había destruido el comisionado Lin.

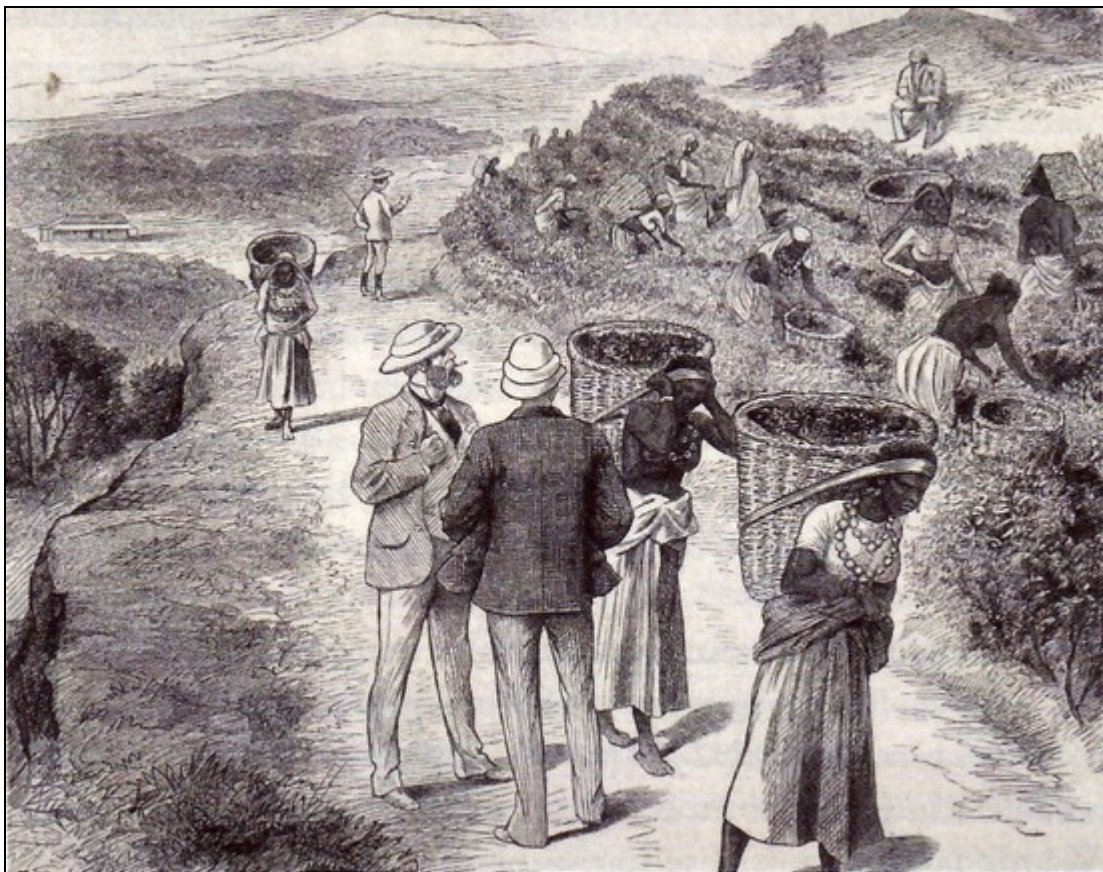
Todo aquello supuso una victoria para los comerciantes británicos y una absoluta humillación para China. El mito de la imbatibilidad y la superioridad chinas quedó hecho añicos. La autoridad de la dinastía manchú gobernante ya se había visto menoscabada por su incapacidad para sofocar repetidas rebeliones religiosas; ahora la había derrotado una pequeña y remota isla, obligándoles a abrir sus puertos a comerciantes y misionarios bárbaros. Aquello estableció la pauta para el resto del siglo XIX, marcado por otras guerras declaradas por potencias occidentales con la excusa de obligar a China a abrirse al exterior. En todos los casos, la derrota china acarreó concesiones adicionales a las pretensiones comerciales de las potencias extranjeras. El comercio del opio, que todavía dominaba las importaciones, fue legalizado; Gran Bretaña tomó las riendas del servicio aduanero chino; los productos textiles y demás mercancías industriales supusieron la ruina de los artesanos chinos. China se convirtió en un campo de batalla en el que Gran Bretaña, Francia, Alemania, Rusia, Estados Unidos y Japón dirimían sus rivalidades coloniales, fragmentando el país y compitiendo por su dominio político. Entretanto, el resentimiento chino hacia los extranjeros fue en aumento, y la corrupción generalizada, una economía en decadencia y el auge del consumo de opio provocaron el derrumbe de la antaño poderosa civilización. La independencia de Estados Unidos y la ruina de China: tal fue el legado de la influencia del té en la política imperial británica y, por medio de ella, en el curso de la historia mundial.

De Cantón a Assam

Antes incluso del estallido de la guerra del opio, en Gran Bretaña había ido en aumento la preocupación por su peligrosa dependencia de China para el suministro de té. Muchos años antes, en 1788, la Compañía de las Indias Orientales le había pedido consejo a Sir Joseph Banks, el botánico más célebre del momento, sobre qué cultivo sería más provechoso plantar en la región montañosa de Bengala. Aunque el té ocupaba el primer puesto de su lista, la compañía hizo caso omiso de su recomendación. En 1882, la Royal Society of Arts ofreció un premio de cincuenta guineas «a quienquiera que

sea capaz de cultivar y preparar la mayor cantidad de té chino en las Indias Occidentales británicas, el cabo de Buena Esperanza, Nueva Gales del Sur o las Indias Orientales». Sin embargo, el premio no llegó a concederse nunca. La Compañía de las Indias Orientales era reacia a investigar otras fuentes de oferta, puesto que no deseaba mermar el valor de su monopolio comercial con China.

La compañía, como era propio de ella, cambió de opinión en 1834, cuando su monopolio con China tocó a su fin. Lord William Cavendish Bentinck, que dirigía la compañía y además era gobernador general de la India, se convirtió con entusiasmo a la idea de cultivar té después de que un subordinado sugiriera en un informe que «habría que aportar una mejor garantía del suministro de té que la ya proporcionada por la tolerancia del gobierno chino». Bentinck fundó un comité para investigar dicha posibilidad. Una delegación partió para solicitar consejo a los holandeses - que desde 1728 intentaban cultivar té en Java- y visitar China, con la esperanza de procurarse semillas y trabajadores cualificados. Entretanto, empezó la búsqueda de la parte de la India más adecuada para cultivar.



Una plantación de té en la India en 1880. En esa época, el té podía producirse más barato en la India que en China

Los defensores de la idea sostenían que cultivar té en la India, si era posible, beneficiaría a los británicos y a los indios por igual. Los consumidores británicos tendrían garantizado un suministro más fiable y, dado que la nueva industria del té india necesitaría mucha mano de obra, ofrecería numerosos puestos de trabajo a la población local, ya que muchos habían perdido su medio de vida cuando las importaciones de tela barata de fábricas británicas por parte de la compañía destruyeron la industria del tejido tradicional de la India. Y eso no era todo: además de producir té, podría animarse al pueblo de la India a consumirlo, con lo que se crearía un enorme y nuevo mercado. El agricultor indio, sugería un defensor del té, «dispondría entonces de una bebida saludable que consumir, además de una mercancía de gran valor en el mercado».

El cultivo del té también prometía ser muy rentable. El modo tradicional chino de producción era cualquier cosa menos industrial, y había permanecido inalterado durante siglos. Los pequeños productores rurales vendían su té a los intermediarios locales. Entonces el té viajaba a la costa, transportado en barcos por vía fluvial cuando era posible y por porteadores humanos que cruzaban pasos de montaña cuando era necesario. Por último, era comprado por los comerciantes, que lo mezclaban, lo empaquetaban y lo vendían a los comerciantes europeos de Cantón. Todos los intermediarios obtenían beneficios; eso, sumado, al coste del transporte, los peajes y los impuestos, encarecía hasta casi el doble el precio por libra de té respecto del precio de venta del productor original. Una empresa que produjera su propio té en la India podría embolsarse esa diferencia. Además, posiblemente al aplicar los nuevos métodos industriales, dirigir las plantaciones como si fueran «fábricas de té» y automatizar el proceso todo lo posible aumentara aún más la productividad, y por ende los beneficios. Con el cultivo del té en la India, el imperialismo y la industrialización irían de la mano.

La gran ironía de la situación era que en la India ya existían arbustos de té, y que estaban ante las mismas narices de los miembros del comité de Bentinck. En la década de 1820, Nathaniel Wallich, un botánico del gobierno de Calcuta, había recibido una muestra de una planta parecida al té que había sido encontrada en estado natural en Assam. Él la identificó como

una especie de camelia sin nada de particular, sin darse cuenta de que en realidad se trataba de una planta de té. Después de su nombramiento para el comité de Bentinck en 1834, Wallich distribuyó un cuestionario para determinar qué partes de la India poseían el clima más adecuado para cultivar té. La respuesta de Assam llegó en forma de más muestras de esquejes, semillas y el producto acabado de la planta del té. Esa vez hasta Wallich quedó convencido, y el comité informó lleno de júbilo a Bentinck de que «el arbusto del té es, más allá de toda duda, indígena en el Assam superior... No vacilamos en declarar que este descubrimiento [...] es con diferencia el más importante y valioso que se haya realizado nunca en cuestiones relativas a los recursos agrícolas o comerciales del imperio».

Una expedición confirmó que, en efecto, había té silvestre en Assam, una ignota región fronteriza que la compañía había tenido a bien invadir unos años atrás para disponer de un amortiguador contra las incursiones birmanas en la India. En su momento, la compañía había decidido instalar un rey títere en la región más pobre del Assam superior, al mismo tiempo que se concentraba en recaudar impuestos -sobre las tierras, las cosechas y cualquier otra cosa que se le ocurriera- en el Assam inferior. Como era de esperar, en cuanto se descubrió té en su territorio, el rey no permaneció mucho tiempo en su trono. Sin embargo, convertir el té silvestre de Assam en una próspera industria demostró ser bastante más difícil de lo que se esperaba. Los empleados y científicos a cargo de establecer la producción polemizaron sobre el mejor modo de proceder: el mejor el té en las llanuras o en las colinas, con frío o con calor. Ninguno de ellos sabía en realidad de lo que estaba hablando. Se llevaron plantas y semillas de China, pero ni siquiera el empeño de unos cuantos trabajadores del té chinos que acompañaron a las plantas pudo convencerlas de florecer en la India.

Al final, el problema fue resuelto por Charles Bruce, un aventurero y explorador familiarizado con el pueblo, el idioma y las costumbres de Assam. Al combinar su conocimiento de la región con la experiencia de los trabajadores del té chinos, poco a poco halló la manera de cultivar los arbustos de té silvestres, el mejor lugar para sembrarlos, cómo trasplantar árboles de la jungla para formar plantaciones de té ordenadas y cómo marchitar, enrollar y secar las hojas de la planta. En 1838, el primer pequeño cargamento de té de Assam llegó a Londres, donde los comerciantes del ramo se declararon muy impresionados por su calidad. Una vez establecida la viabilidad de la producción de té en la India, la

Compañía de las Indias Orientales encomendó a otros el trabajo duro. Permitió la entrada de empresarios que fundaran plantaciones de té; de este modo, la compañía haría dinero alquilando la tierra y cobrando impuestos sobre el té resultante.

Un grupo de comerciantes londinenses no tardó en fundar una nueva sociedad, la Assam Company, para aprovechar la oportunidad. Deplorando las «humillantes circunstancias» en que los británicos se veían obligados a tratar con los comerciantes chinos -eran los momentos previos al estallido de la guerra del opio-, se apresuraron a aprovechar la oportunidad de establecer una nueva base de producción en la India, ya que el té era «una gran fuente de beneficios y un objeto de gran importancia nacional». Un informe redactado por Bruce especulaba: «Cuando contemos con un número suficiente de manufacturers [...] como la que tienen en China, entonces podremos tener la esperanza de compararnos con esa nación en cuanto al bajo precio del producto; más aún, podremos, y deberemos, vender más barato que ellos». El principal problema, señalaba Bruce, sería encontrar suficientes trabajadores para las plantaciones. Culpaba a la extendida adicción al opio de la poca voluntad de la población local para realizar ese trabajo, pero expresaba su confianza en que los trabajadores desempleados de la vecina Bengala acudirían en tropel a Assam en cuanto se enteraran de que allí había trabajo.

La Assam Company no tuvo problemas para reunir fondos; su oferta de acciones recibió una avalancha de suscripciones, y hubo que rechazar a muchos candidatos a inversores. En 1840 tomó las riendas de la mayoría de las plantaciones de té experimentales de la Compañía de las Indias Orientales. Sin embargo, la gestión de la nueva empresa fue desastrosa. Contrató a todos los trabajadores chinos que pudo encontrar, bajo el erróneo supuesto de que su nacionalidad los cualificaba para cultivar té. Mientras tanto, los representantes de la compañía se gastaban el dinero de la firma con desenfadada frivolidad. El poco té que obtuvieron era de mala calidad, y las acciones de la Assam Company perdieron un 99,5 por ciento de su valor. Solo en 1847 empezó a cambiar la situación, cuando Bruce, a la sazón director de las operaciones de la compañía, fue despedido. En 1851, la empresa empezaba a ser rentable, y ese año sus tés se exhibieron con gran éxito de crítica en la Gran Exposición de Londres, escaparate del poderío y las riquezas del Imperio británico. Aquello demostró públicamente que no hacía falta ser chino para elaborar té.

A continuación se produjo un auge del té, ya que decenas de nuevas empresas se instalaron en la India, aunque muchas de ellas fracasaron a causa de que los especuladores ineptos financiaban nuevas aventuras de manera indiscriminada. Con el tiempo, a finales de la década de 1860, la industria se recuperó de aquella obsesión del té y la producción despegó cuando se aplicaron métodos y maquinaria industriales. Las plantas de té se situaban en hileras ordenadas; los trabajadores eran albergados en cobertizos y obligados a trabajar, comer y dormir de acuerdo con un horario estricto. No se podía (y todavía no se puede) automatizar la recogida del té, pero el procesamiento se realiza de forma automática desde la década de 1870. Una serie de máquinas cada vez más complejas automatizaron el enrollado, secado y empaquetado del producto. La industrialización redujo drásticamente los costes: en 1872, el coste de producción de una libra de té era a grandes rasgos el mismo en China y en la India. En 1913, el coste de producción en la India se había reducido en tres cuartas partes. Entretanto, los ferrocarriles y los barcos de vapor redujeron el coste del transporte hasta Gran Bretaña. Los productores chinos para la exportación estaban condenados a la ruina.

En unos pocos años China había sido destronada como principal proveedora de té de Gran Bretaña. Las cifras hablan por sí solas: en 1859 Gran Bretaña importaba treinta y una mil toneladas de té de China, pero en 1899 el total había caído a siete mil toneladas, mientras que las importaciones de la India habían crecido hasta alcanzar casi las cien mil toneladas. El auge de la industria india del té ejerció un impacto devastador en los agricultores chinos y contribuyó más aún a la inestabilidad del país, que durante la primera mitad del siglo XX se sumió en un caótico período de rebeliones, revoluciones y guerras. Sin embargo, la Compañía de las Indias Orientales no pervivió para ver el éxito de su plan para independizar a Gran Bretaña del té chino. El motín indio, un levantamiento generalizado contra el dominio de la compañía cuyo detonante fue una revuelta del ejército bengalí en 1857, llevó al gobierno británico a asumir el control directo de la India, y la compañía fue eliminada en 1858.

Hoy día, la India sigue siendo el mayor productor de té y el principal consumidor en cuanto al volumen, con un 23 por ciento de la producción mundial, seguido de China (16 por ciento) y Gran Bretaña (6 por ciento). En el ranking mundial de consumo de té per cápita, la influencia imperial británica sigue siendo patente en las pautas de consumo de sus ex colonias.

Gran Bretaña, Irlanda, Australia y Nueva Zelanda son cuatro de los doce países con mayor consumo de té, y los únicos occidentales de la lista; aparte de Japón, los demás son países de Oriente Próximo, donde el té, al igual que el café, se ha beneficiado de la prohibición de las bebidas alcohólicas. Estados Unidos, Francia y Alemania se encuentran muy por debajo en la lista, ya que consumen en torno a una décima parte del té per cápita que se bebe en Gran Bretaña o Irlanda, y en cambio prefieren el café.

La preferencia estadounidense por el café en lugar del té a menudo se atribuye de manera equivocada a la Ley del Té y al rechazo simbólico del producto que supuso el Motín del Té de Boston. Sin embargo, si bien se rechazó el té británico durante la guerra revolucionaria, el gusto de los colonos por la bebida no se resintió y les obligó a devanarse los sesos para encontrar alternativas locales. Hubo quien preparaba «té de la Libertad» a partir de lisimaquia de cuatro hojas; otros bebían «té balsámico», preparado a base de llantén, hojas de grosella y salvia. Soportar ese té, a pesar de su desagradable sabor, era un modo de que los bebedores estadounidenses pudiesen demostrar su patriotismo. También se comerciaba a escondidas con pequeñas cantidades de té auténtico, a menudo etiquetado como tabaco. Sin embargo, en cuanto terminó la guerra, el suministro de té legal empezó a afluir de nuevo. Diez años después del Motín del Té de Boston, este producto seguía siendo mucho más popular que el café, que solo alcanzó la supremacía a mediados del siglo XIX. La popularidad del café creció cuando, en 1832, se abolió el arancel sobre las importaciones y se volvió más asequible. El arancel se reimplantó por un breve espacio de tiempo durante la guerra civil, pero se abolió de nuevo en 1872. «Ahora Estados Unidos admite café libre de aranceles, y el aumento en el consumo ha sido enorme», señalaba aquel año el *Illustrated London News*. Entretanto, la popularidad del té fue menguando a medida que variaban las pautas de inmigración y disminuía el número de consumidores de té recién llegados de Gran Bretaña.

La historia del té refleja el alcance y el poder, tanto innovador como destructor, del Imperio británico. El té era la bebida preferida de una nación que fue, durante un siglo más o menos, una imparable superpotencia global. Los administradores británicos bebían té dondequiera que fuesen, al igual que los soldados en los campos de batalla de Europa y Crimea y los obreros de las fábricas de las Midlands. Gran Bretaña ha seguido siendo una nación bebedora de té. Y de una punta a otra del mundo, todavía hoy puede

apreciarse la influencia histórica de su Imperio y de la bebida que lo alimentó.

LA COCA-COLA Y EL AUGE DE ESTADOS UNIDOS

11. De la soda a la cola

¡Más fuertes!, ¡más fuertes! se
hacen todos
los que Coca-Cola piden.
¡Más brillante!, ¡más brillante!
piensan los pensadores
cuando beben Coca-Cola.

Eslogan publicitario de Coca-Cola, 1896

Pujanza industrial

La industrialización y el consumismo arraigaron primero en Gran Bretaña, pero fue en Estados Unidos donde florecieron de verdad, gracias a un nuevo enfoque de la producción industrial. El método preindustrial para producir algo era que un artesano trabajara en ello de principio a fin. El enfoque industrial británico radicaba en dividir el proceso de manufactura en diferentes fases, pasar cada artículo de una fase a la siguiente y utilizar máquinas para ahorrar mano de obra siempre que fuera posible. El sistema estadounidense fue más lejos aún al separar la manufactura del montaje. Se utilizaban máquinas especializadas para fabricar grandes cantidades de componentes intercambiables, que después se montaban en productos acabados. Este enfoque se dio a conocer como el sistema estadounidense de manufactura, aplicado en principio a las armas de fuego y después a las máquinas de coser, las bicicletas, los coches y otros productos. Fue la base del poderío industrial estadounidense, ya que hizo posible la producción en cadena y la comercialización en masa de bienes de consumo que no tardaron en convertirse en parte integral del estilo de vida americano.

Las circunstancias de los Estados Unidos del siglo XIX proporcionaron el entorno idóneo para ese nuevo consumismo de masas. Se trataba de un país en el que abundaban las materias primas y escaseaban los trabajadores cualificados; sin embargo, las nuevas máquinas especializadas permitían que incluso los trabajadores no cualificados produjeran componentes tan buenos como los realizados por operarios con experiencia. Además, Estados Unidos carecía en buena medida de las preferencias regionales y de clase de los países europeos; eso significaba que un producto podía producirse en serie y venderse en cualquier parte, sin necesidad de adaptarlo a los gustos locales. Y las redes de ferrocarril y telégrafo de la nación, que cubrieron el país tras el final de la guerra civil en 1865, convirtieron toda la nación en un único mercado. Pronto hasta los británicos importaban maquinaria industrial estadounidense, señal inequívoca de que el liderazgo industrial se había desplazado de un país al otro. Hacia 1900, la economía estadounidense había superado a la británica para convertirse en la más poderosa del mundo.

Durante el siglo XIX, Estados Unidos concentró su poder económico hacia el interior; durante el XX, lo dirigió hacia fuera para intervenir de manera decisiva en dos guerras mundiales. Después, Estados Unidos se preparó para una tercera, una guerra fría con la Unión Soviética; los dos bandos estaban a la par en términos militares, de modo que el conflicto pasó a depender del poder económico, y a la larga los soviéticos no pudieron seguir compitiendo. Hacia finales de un siglo llamado con justicia «el siglo estadounidense», los norteamericanos se erigían sin competencia como única superpotencia mundial, la fuerza militar y económica dominante en un mundo donde las diferentes naciones estaban más estrechamente interconectadas que nunca gracias al comercio y las comunicaciones a escala global.

El auge de Estados Unidos y la globalización de la guerra, la política, el comercio y las comunicaciones durante el siglo XX tienen su reflejo en el auge de la Coca-Cola, la marca más valiosa y reconocida del mundo, universalmente considerada la encarnación de

Estados Unidos y de sus valores. Para quienes aprecian Estados Unidos, eso significa libertad de elección económica y política, consumismo y democracia: el sueño americano; para quienes los desaprueban, representa el capitalismo global despiadado, la hegemonía de las corporaciones y las marcas globales y la disolución de las culturas y

valores locales en una mediocridad homogeneizada y americanizada. Del mismo modo que la historia del Imperio británico puede leerse en una taza de té, la crónica del ascenso estadounidense a la hegemonía global tiene su paralelo en la historia de la Coca-Cola, ese refresco marronoso, dulce y efervescente.

La fuente de las burbujas

No deja de ser curioso que Joseph Priestley, un clérigo y científico británico, elaborase, hacia 1767, la antecesora directa de la Coca-Cola y el resto de refrescos artificialmente carbonatados en una cervecería de Leeds. Priestley era ante todo y sobre todo un clérigo, a pesar de lo heterodoxo de sus opiniones religiosas y de su pronunciada tartamudez, pero aun así encontraba tiempo para dedicarse a la investigación científica. Vivía al lado de una cervecería y lo fascinaba el gas que burbujeaba y salía de las cubas de fermentación, conocido a la sazón simplemente como «aire fijo». Usando la cervecería como laboratorio, Priestley se dispuso a investigar las propiedades de ese misterioso gas. Empezó por sostener una vela por encima de la superficie de la cerveza en fermentación, y observó que la capa de gas extinguía la llama. Entonces el gas transportaba el humo de la vela y, por tanto, se hacía visible por un momento, de tal modo que Priestley pudo ver que se desbordaba por los costados de la cuba y caía al suelo. Eso significaba que el gas era más pesado que el aire. Y vertiendo agua con rapidez y brusquedad entre dos vasos sostenidos sobre una cuba, Priestley podía hacer que el gas se disolviese en el líquido y produjera «un agua espumosa extremadamente agradable». Hoy día conocemos dicho gas como dióxido de carbono y dicho líquido como agua de soda.

Una de las teorías que circulaban en la época sobre el aire fijo afirmaba que era antiséptico, lo que sugería que una bebida que lo contuviera podría ser útil como medicina. Eso también explicaría las propiedades salutíferas de las aguas minerales naturales, que a menudo eran efervescentes. Priestley presentó sus hallazgos ante la Royal Society de Londres en 1772, y ese mismo año publicó un libro titulado *Impregnar el agua con aire fijo*. A esas alturas ya había ideado un método más eficaz

para elaborar su agua espumosa, generando el gas en una botella a partir de una reacción química y transfiriéndolo a una segunda botella, invertida y llena de agua. En cuanto se había acumulado suficiente gas en la segunda botella, la agitaba para combinarlo con el agua. Por el potencial médico de su trabajo Priesdey recibió la medalla Copley, máximo galardón de la Royal Society (se esperaba erróneamente que el agua carbonatada resultara de particular utilidad en el mar, para combatir el escorbuto; esto sucedía antes de que se llegara a comprender de manera generalizada la eficacia del zumo de limón).

El propio Priesdey no realizó ningún intento de comercializar sus hallazgos, y parece que Thomas Henry, un químico y boticario que vivía en Manchester, fue el primero -en algún momento de principios de la década de 1770- en poner a la venta como medicina agua carbonatada artificialmente. Seguía muy de cerca los intentos de elaborar aguas minerales artificiales y estaba convencido de sus beneficios para la salud, en particular para «las fiebres pútridas, la disentería, los vómitos biliosos, etcétera». Usando una máquina de su propia invención, Henry era capaz de producir hasta doce galones de agua con gas de una sola vez. En un folleto publicado en 1781 explicaba que tenía que «mantenerse en botellas muy bien taponadas y selladas». También recomendaba tomarla acompañada de limonada -una mezcla de azúcar, agua y zumo de limón-, de manera que quizá fuera el primero en vender un refresco dulce y artificialmente espumoso.

Durante la década de 1790, científicos y empresarios de toda Europa fundaron negocios elaborando aguas minerales artificiales para su venta al público, con diferentes grados de éxito. Torbern Bergman, un científico sueco, animó a uno de sus pupilos a montar una pequeña fábrica, pero era tan ineficaz que a la mujer empleada para encargarse del embotellado solo le llegaban tres botellas por hora para sellar. Más exitosa fue la empresa fundada en Ginebra por un mecánico llamado Nicholas Paul con la colaboración de Jacob Schweppe, un financiero. En 1797, los médicos de Ginebra declararon que el método de Paul para carbonatar el agua era superior a todos los demás, y la firma pronto disfrutaba de una próspera actividad que la llevó incluso a exportar su agua embotellada a otros países a partir de 1800. Paul y Schweppe se separaron y montaron empresas rivales en Gran Bretaña. La de Schweppe producía un agua más

suavemente carbonatada, que al parecer encajó mejor con los gustos británicos; por entonces se creía que el agua con menos burbujas imitaba con mayor fidelidad al agua mineral natural, y una viñeta de la época retrata a varios consumidores de la bebida de Paul como globos demasiado inflados.

Algunas de las nuevas aguas minerales artificiales se preparaban usando bicarbonato de sodio, o soda, de forma que «agua de soda» se convirtió en la denominación genérica para esas bebidas. Hasta el año 1800 fueron productos estrictamente medicinales; los médicos los prescribían para diversas afecciones, y el gobierno británico los consideró una variedad de medicina y gravó cada botella con un impuesto de tres peniques. Un escritor médico se refirió en 1798 al «agua de soda» elaborada y vendida por Scheweppe, y un anuncio londinense de 1802 afirma que «el agua alcalina gaseosa comúnmente conocida como agua de soda hace tiempo que se utiliza en este país con resultados considerables».

Sin embargo, el agua de soda se hizo aún más popular en Estados Unidos. Al igual que en Europa, existía un gran interés científico por las propiedades de las aguas minerales naturales y las posibilidades de imitarlas. En 1773, el eminente médico de Filadelfia Benjamín Rush investigó las aguas minerales de Pensilvania y refirió sus hallazgos a la American Philosophical Society. Otros dos estadistas y científicos, James Madison y Thomas Jefferson, también se interesaron por las propiedades medicinales de las aguas minerales. Los manantiales naturales de Saratoga, al norte del estado de Nueva York, eran especialmente célebres en aquella época. George Washington los visitó en 1783 y expresó el suficiente interés para que al año siguiente un amigo le escribiera para describirle los intentos de embotellar las aguas: «Lo que distingue esas aguas [...] de todas las demás [...] es la gran cantidad de aire fijo que contienen [...] El agua [...] no puede confinarse de tal modo que el aire no escape de un modo u otro. Varias personas nos contaron que la habían encerrado en botellas tapadas a cal y canto, y que las botellas se rompieron. Nosotros lo intentamos con la única botella que llevábamos, que no se rompió, pero el aire halló una salida a través del tapón de madera y la cera con la que estaba sellado».

En Estados Unidos, el agua de soda pasó de curiosidad científica a producto comercial con la ayuda de Benjamín Silliman, el primer profesor de química de la Universidad de Yale. Visitó Europa en 1805 para conseguir

libros e instrumentos para su nuevo departamento y quedó asombrado por la popularidad del agua embotellada que Schweppe y Paul estaban vendiendo en Londres. A su regreso empezó a elaborar y embotellar agua de soda para sus amigos, y no tardó en verse abrumado por la demanda. «Al serme del todo imposible con mis medios presentes satisfacer a todos los que me solicitan agua de soda, he decidido emprender su manufactura a gran escala como se hace en Londres», escribió a un socio suyo. En 1807, empezó a vender agua embotellada en New Haven, Connecticut.

No tardaron en salirle imitadores en otras ciudades, en especial Joseph Hawkins, de Filadelfia, que ideó un nuevo método para servir agua de soda: a través de una fuente. El objetivo de Hawkins era imitar los balnearios y salas de baños construidos sobre manantiales naturales en Europa, donde el agua mineral podía servirse directamente en el vaso. Según una descripción de 1808 de su balneario: «El agua mineral [...] mana de la fuente o cisterna en la que se prepara bajo tierra a través de columnas de madera perpendiculares que rodean unos tubos metálicos, y girando un grifo situado encima de las columnas puede extraerse agua sin necesidad de embotellarla». En 1809, a Hawkins le concedieron una patente por esa invención. Sin embargo, la idea de vender agua de soda en entornos del estilo de balnearios no tuvo gran popularidad. En cambio, fueron los boticarios los que llegaron a dominar el sector. A finales de la década de 1820, la fuente de soda se había convertido en un componente habitual de la botica; el agua de soda se preparaba y dispensaba en el acto, en lugar de venderse en botella (aunque se importaban aguas embotelladas de Europa, y el agua de Saratoga se embotelló con éxito para su venta a partir de 1826).

Como tantas otras bebidas antes que ella, el agua de soda empezó como especialidad médica y acabó como refresco de consumo masivo cuyos orígenes médicos le conferían una grata pátina de respetabilidad. Ya en 1809 un libro de química estadounidense señalaba: «El agua de soda también es muy refrescante, y para la mayoría de las personas una bebida muy placentera, sobre todo tras el calor y el cansancio». Además de consumirse sola, podía utilizarse para hacer limonada espumosa, que fue casi con toda certeza la primera bebida con gas moderna. Hacia principios del siglo XIX, también la mezclaban con vino a ambos lados del Atlántico; un observador británico señaló que «cuando se mezcla con vino se descubre que una cantidad mucho menor satisface el estómago y el paladar que cuando se toma vino solo». Hoy día llamamos a esa mezcla «vino spritzer».

Con todo, a partir de la década de 1830, y sobre todo en Estados Unidos, se añadía sabor al agua de soda principalmente mediante el uso de siropes especiales.

El *American Journal of Health* señalaba en 1830 que esos siropes «se emplean para dar sabor a las bebidas y se utilizan mucho como agradables aditivos para el agua carbónica ácida». En un principio los siropes se elaboraban de manera artesanal a partir de moras, fresas, frambuesas, piñas o zarzaparrilla. Se incorporaron dispensadores especiales a las fuentes de soda, que empezaron a ser cada vez más elaboradas. También se añadieron bloques de hielo para enfriar tanto el agua de soda como los siropes. En la década de 1870, las fuentes de soda más grandes eran artefactos enormes. En la Exposición del Centenario de 1876 en Filadelfia, James Tufts, un magnate bostoniano de las fuentes de soda, exhibió su Arctic Soda Water Apparatus. Se erguía a diez metros de altura por encima de los espectadores y estaba adornada con acabados en mármol y plata y macetas de plantas. La manejaban unos camareros de immaculado uniforme y hubo que situarla en un edificio diseñado para tal efecto. Testimonio de inventiva y habilidad comercial, la exhibición generó un aluvión de pedidos para la American Soda Fountain Company de Tuft.

El negocio del agua de soda también se estaba industrializando entre bastidores, gracias a empresarios como John Matthews, un veterano del mercado del agua de soda británico que se trasladó a Nueva York. En un principio se concentró en elaborar y vender su propio producto y después en la venta de fuentes de soda, pero cuando su hijo (también llamado John) se sumó al negocio, lo amplió en una nueva dirección. Prolífico inventor, el joven Matthews diseñó maquinaria especializada para automatizar todos los aspectos del negocio del agua de soda, desde el carbonatado hasta el lavado de botellas, y empezó a vender sus máquinas a otras empresas. En 1877 la compañía había conseguido más de cien patentes y vendido más de veinte mil máquinas. Su catálogo ofrecía «un establecimiento completo para elaborar y embotellar agua de soda, ginger ale, etcétera, usando tapones de corcho» por la suma de 1.146,45 dólares. El precio incluía el aparato y materias primas para generar el gas, dos fuentes para carbonatar el agua, una máquina de embotellado, cincuenta gruesas de botellas, extractos aromatizantes y colorantes. Las invenciones de Matthews se exhibieron en exposiciones y cosecharon premios en todo el mundo. Eran la viva imagen del enfoque estadounidense de la producción en cadena: máquinas

especializadas se encargaban de cada paso del proceso, las botellas y tapones estaban estandarizados, los componentes eran intercambiables y la bebida resultante, de producción barata y en grandes cantidades, tenía un atractivo de masas.

Así, el agua de soda, producida a escala industrial y consumida por igual por ricos y pobres, parecía plasmar una parte del espíritu mismo de Estados Unidos. En un artículo del *Harper's Weekly* de 1891, la escritora y comentarista social Mary Gay Humphreys observaba que «el mérito supremo del agua de soda, y lo que la hace digna de ser la bebida nacional, es que sea tan democrática. Es posible que el millonario beba champán mientras que el pobre toma cerveza, pero los dos consumen agua de soda». Sin embargo, su sugerencia de que el agua de soda podía reclamar el título de bebida nacional era cierta solo a medias. Es cierto que en ese mismo momento estaba surgiendo una nueva bebida nacional, pero el agua de soda solo era la mitad de ella.

El mito de la creación de la Coca-Cola

En mayo de 1886, John Pemberton, un farmacéutico que vivía en Atlanta, Georgia, inventó una bebida. De acuerdo con la versión oficial de la historia de la Coca-Cola Company, se trataba de un buscavidas que topó con la combinación adecuada de ingredientes por casualidad, mientras intentaba elaborar una cura para el dolor de cabeza. Una tarde mezcló varios ingredientes en un recipiente de tres patas hasta crear un líquido de color caramelo que después llevó a una farmacia cercana para combinarlo con agua de soda y crear la dulce, efervescente y tónica bebida -Coca-Cola- que con el tiempo llegaría casi al último rincón del mundo. No obstante, la historia real es bastante más complicada.

Pemberton era, en realidad, un experimentado fabricante de especialidades medicinales, los remedios de charlatán que tanta popularidad tuvieron en Estados Unidos a finales del siglo XIX. Por lo general esas píldoras, bálsamos, siropes y cremas eran triunfos de la publicidad sobre la farmacología. Algunos eran inofensivos, pero muchos contenían grandes cantidades de alcohol, cafeína, opio o morfina. Se vendían a través de

anuncios en la prensa, y su producción llegó a convertirse en una gran industria después de la guerra civil, ya que los veteranos tenían propensión a automedicarse. La popularidad de las especialidades medicinales reflejaba una desconfianza general hacia los medicamentos convencionales, que a menudo eran caros e ineficaces. Las especialidades ofrecían una tentadora alternativa, comercializadas como estaban sobre la base de exóticos ingredientes o la sabiduría médica de los indios norteamericanos nativos, con nombres cargados de connotaciones religiosas, patrióticas o mitológicas: Píldoras de Papaya Munson para que el Hígado se Mueva, Píldoras de Ungüento Indio del doctor Morse, etcétera.

No había nada que impidiera a los fabricantes de esas medicinas realizar afirmaciones escandalosas sobre su eficacia. El Elixir de la Vida vendido por un tal doctor Kidd, por ejemplo, aseveraba curar «todo mal conocido... Los cojos han tirado las muletas y caminado tras dos o tres dosis del remedio... El reumatismo, la neuralgia y las enfermedades de estómago, corazón, hígado, sangre y piel desaparecen como por ensalmo». Los periódicos que imprimían semejantes anuncios no hacían preguntas. Recibían con los brazos abiertos los ingresos por publicidad, que permitieron a la industria de la prensa ampliarse enormemente; hacia finales del siglo XIX, las especialidades medicinales copaban más espacio publicitario en los periódicos que cualquier otro producto. Los fabricantes del Aceite de San Jacobo, que según ellos sanaba los «músculos doloridos», se gastaron quinientos mil dólares en publicidad en 1881, y en 1895 algunos anunciantes desembolsaban más de un millón de dólares al año.

El negocio de las especialidades medicinales fue de los primeros en reconocer la importancia de las marcas registradas y la publicidad, de los eslóganes, los logotipos y las vallas publicitarias. Dado que producir los remedios en sí por lo general costaba poco, tenía sentido gastarse el dinero en marketing. Sin embargo, según una estimación, con tanta competencia en el mercado, solo un 2 por ciento de los productos producían beneficios. No obstante, los que conseguían triunfar convertían en millonarios a sus inventores. Uno de los más famosos fue el Complejo Vegetal de Lydia E. Pinkham. Se trataba de una supuesta «cura positiva para todas las dolorosas afecciones y debilidades tan habituales para nuestra mejor población femenina... Elimina el mareo y la flatulencia, destruye toda ansia de estimulantes y alivia la debilidad de estómago». Se animaba a los clientes a escribir a Pinkham para solicitar consejo médico, y ello aun después de su

muerte en 1883, que se mantuvo en secreto. A cambio recibían cartas en las que invariablemente les recomendaban un uso más frecuente de su remedio. Cuando lo analizaron a principios del siglo XX, se descubrió que contenía de un 15 a un 20 por ciento de alcohol. Irónicamente, las mujeres que hacían campaña por la moderación se contaban entre sus más fervientes consumidoras.

Los intentos de Pemberton de fabricar especialidades medicinales habían tenido un éxito relativo. En ocasiones sus remedios generaban sólidos ingresos, pero durante la década de 1870 sufrió una mala racha. Se declaró en bancarrota en 1872, y sus intentos de salir a flote se vieron frustrados por dos incendios que destruyeron sus existencias. Sin embargo, siguió desarrollando nuevas especialidades medicinales con la esperanza de que alguna lo hiciera rico. Al final, en 1884, empezó a llegar a alguna parte gracias a la popularidad de un nuevo ingrediente de especialidad medicinal: la coca.

Hacía tiempo que las hojas de la planta de coca eran conocidas entre los pueblos sudamericanos por su efecto estimulante; se denominaba a la coca «la planta divina de los incas». Mascar una bolita de hojas libera minúsculas cantidades de una droga alcaloide, la cocaína. En pequeñas dosis agudiza el pensamiento de un modo muy similar a la cafeína, y reprime el apetito, lo que posibilita hacer largas caminatas por los Andes con muy poca comida u horas de sueño. En 1855 se aisló la cocaína de las hojas de coca, y entonces se convirtió en objeto de gran interés entre los científicos y médicos occidentales, que pensaban que podía ayudar a curar a los adictos al opio aportando una alternativa (desconocían que la coca era igual de adictiva). Pemberton siguió de cerca el discurso sobre la coca de las publicaciones médicas, y en la década de 1880 él y otros fabricantes de especialidades empezaron a incorporarla a sus comprimidos, elixires y ungüentos. La contribución de Pemberton a ese floreciente campo fue una bebida llamada Vino Francés de Coca.

Como sugiere su nombre, se trataba de un vino con infusión de coca. De hecho, no fue sino uno de los muchos intentos de imitar una especialidad médica particularmente exitosa llamada Vin Mariani, compuesta por vino francés en que se habían macerado hojas de coca durante seis meses. El Vin Mariani se hizo popular en Europa y Estados Unidos gracias a su elevado contenido de cocaína y al talento para el marketing de su creador, un corso llamado Angelo Mariani. Las cartas de

apoyo a su bebida, escritas por celebridades y jefes de Estado entre los que se contaban tres papas, dos presidentes estadounidenses, la reina Victoria y el inventor Thomas Edison, se publicaron en forma de libro en trece volúmenes. Pemberton copió la fórmula de la infusión de coca en vino y le añadió extracto de cola. Las nueces del árbol de la cola del África occidental eran otra supuesta cura milagrosa que se había dado a conocer en Occidente más o menos en la misma época que la coca, y también tenían un efecto vigorizador cuando se mascaban, puesto que contienen cerca de un 2 por ciento de cafeína. Como en el caso de las hojas de coca en Sudamérica, los pueblos indígenas del África occidental, desde Senegal al norte hasta Angola en el sur, apreciaban las nueces de cola como estimulante. El pueblo yoruba de Nigeria las utilizaba en ceremonias religiosas; los habitantes de Sierra Leona tenían la errónea creencia de que curaban la malaria. En los Estados Unidos del siglo XIX, la coca y la cola con frecuencia terminaban amalgamadas en especialidades médicas a causa de la similitud de sus efectos.



Logotipo de Coca-Cola en una de las primeras chapas

Del mismo modo que había copiado y modificado ligeramente la fórmula de la bebida de Mariani, Pemberton también tomó prestado de la publicidad del curso y se atribuyó varios apoyos de celebridades como testimonios para su bebida. Las ventas de su Vino Francés de Coca empezaron a subir. Sin embargo, justo cuando parecía que estaba en el buen

camino, Atlanta y el condado de Fulton votaron a favor de prohibir la venta de alcohol a partir del 1 de julio de 1886, durante un período de prueba de dos años. En vista de que el movimiento en pro de la moderación ganaba terreno, Pemberton necesitaba producir un remedio exitoso que no fuera alcohólico, y con rapidez. Volvió a su laboratorio casero y empezó a trabajar en una «bebida abstemia» que contuviera coca y cola, además de azúcar para enmascarar el amargor de los dos ingredientes principales. No obstante, no se trataría de una especialidad cualquiera: su intención era que fuera dispensada como aromatizante para el agua de soda medicinal. A medida que perfeccionaba la fórmula, Pemberton enviaba remesas a la farmacia del barrio para que se la dieran a probar a los clientes junto con el resto de sabores. De vez en cuando le pedía a su sobrino que merodease por la botica para oír lo que se comentaba sobre el nuevo sabor de la bebida.

En mayo de 1886, Pemberton se dio por satisfecho con la fórmula; ya solo necesitaba un nombre. Uno de sus socios, Frank Robinson, hizo la sugerencia obvia: Coca-Cola. El nombre derivaba directamente de los dos ingredientes principales, y Robinson recordaría más tarde haber pensado que «las dos ces quedarían bien en la publicidad». Esa versión original de la Coca-Cola contenía una pequeña cantidad de extracto de coca y por tanto un rastro de cocaína (fue eliminado a principios del siglo XX, aunque otros extractos derivados de las hojas de coca siguen formando parte de la bebida en la actualidad). Su creación no fue el brebaje accidental de un aficionado que experimentaba en su jardín, sino la culminación ardua y deliberada de meses de trabajo por parte de un experimentado fabricante de remedios milagrosos.

Tras inventar la Coca-Cola, Pemberton pasó a un segundo plano y dejó que fuera Robinson, su socio, quien se encargara de la fabricación y la comercialización. El primer anuncio de la nueva bebida, que apareció en el *Atlanta Journal* del 29 de mayo de 1886, era breve y conciso: «Coca-Cola. ¡Deliciosa! ¡Refrescante! ¡Estimulante! ¡Tonificante! La nueva y popular bebida de fuente de soda que contiene las propiedades de la maravillosa planta de coca y la famosa nuez de cola». La nueva bebida se lanzó al mercado justo a tiempo para el experimento de Atlanta con la Prohibición. No contenía alcohol y era atractiva tanto para dar sabor al agua de soda como en calidad de específico. Eso quedaba reflejado en el texto de la etiqueta de Pemberton, pegada a frascos de sirope entregados a los farmacéuticos, que declaraba: «Este refresco intelectual y bebida abstemia

contiene las valiosas propiedades tónicas y de estimulación nerviosa de la planta de la coca y la nuez de cola (*kola*), lo que la convierte no solo en una bebida deliciosa, estimulante, refrescante y vigorizante (dispensada en la fuente de agua de soda o con otras bebidas carbonatadas), sino un valioso tónico cerebral y una cura para todas las afecciones nerviosas: migraña, neuralgia, histeria, melancolía, etcétera. El peculiar sabor de la Coca-Cola deleita a todos los paladares».

Robinson promocionó la bebida de varias maneras. Distribuyó vales que daban derecho a sus portadores a obtener muestras gratuitas de Coca-Cola, con la esperanza de que se aficionaran a ella y se convirtieran en consumidores. Pegó pósters en los tranvías y carteles en las fuentes de soda que rezaban: «Beba Coca-Cola, 5c.». Robinson también ideó el característico logo de la Coca-Cola, en letra cursiva, que apareció por primera vez en un anuncio de periódico del 16 de junio de 1887. Las ventas del sirope de Coca-Cola a los farmacéuticos rondaban los setecientos cincuenta litros al mes en plena temporada veraniega de las fuentes de soda, el equivalente a veinticinco mil bebidas. Cuando Atlanta votó la interrupción de su experimento de la Prohibición en noviembre de 1887, la Coca-Cola ya se había implantado en el mercado.

A pesar del prometedor arranque de la nueva bebida, los socios de Pemberton estaban descontentos. Durante varios meses hubo numerosos rifirrafes sobre quién poseía los derechos del nombre y la fórmula de la Coca-Cola. Las acciones de la Pemberton Chemical Company, la entidad que poseía formalmente los derechos de sus especialidades médicas, se vendieron y revendieron, de modo que no estaba claro quién poseía qué. Para complicar todavía más las cosas, en julio de 1887 Pemberton había vendido dos tercios de sus derechos sobre la Coca-Cola a dos hombres de negocios, al parecer porque se encontraba enfermo y quería reunir algo de capital rápidamente (se estaba muriendo de un cáncer de estómago). La transacción se llevó a cabo a espaldas de Robinson; cuando se enteró, insistió en que todavía tenía la prerrogativa de utilizar por su parte la fórmula de la Coca-Cola. Entonces Pemberton fundó una nueva empresa que también reclamaba la propiedad de los derechos. Los hombres de negocios que se los habían comprado perdieron interés y los vendieron a terceros.

Por fin, el enredo lo solucionó Asa Candler, hermano del abogado de Robinson y fabricante de específicos con sede en Atlanta. Se enteró del

embrollo que rodeaba la nueva bebida, hizo causa común con Robinson y empezó a comprar los derechos de las demás partes. Con todo, durante el verano de 1888, la propiedad de la Coca-Cola seguía estando tan confusa que a los farmacéuticos de Atlanta les llegaban tres versiones rivales del producto: una de la nueva compañía de Candler y Robinson, otra de la nueva empresa de Pemberton y una tercera del hijo díscolo de Pemberton, Charley.

En última instancia, fue la muerte por cáncer de John Pemberton, el 16 de agosto de 1888, lo que permitió a Candler consolidar su control sobre la Coca-Cola. Reunió a los farmacéuticos de la ciudad y les leyó un discurso conmovedor y del todo insincero. Pemberton no era tan solo uno de los más destacados farmacéuticos de Atlanta, proclamó, sino un buen hombre y mejor amigo; sugirió que los farmacéuticos deberían cerrar sus establecimientos el día de su funeral como muestra de respeto. Con ese discurso, y portando el féretro en el entierro, Candler consiguió convencer a todo el mundo de que los intereses de Pemberton eran su principal preocupación y de que su versión de la Coca-Cola era, por así decirlo, la auténtica. Fingir que Pemberton había sido un buen amigo era una flagrante mentira. Aun así, en cierto modo, se convirtió en verdad con efecto retroactivo, ya que si en la actualidad se recuerda a Pemberton es exclusivamente gracias a Candler. Sin los esfuerzos de Asa Candler, la Coca-Cola jamás habría alcanzado el éxito que tuvo.

Cafeína para todos

Cuando por fin se aseguró los derechos de la Coca-Cola -por apenas 2.300 dólares-, Asa Candler la consideraba tan solo uno de sus muchos específicos. Sin embargo, al ver que las ventas seguían aumentando -se cuadruplicaron en 1890 hasta alcanzar los 33.520 litros-, Candler decidió dejar de fabricar los otros medicamentos, cuya popularidad era mucho menor. La Coca-Cola se vendía incluso durante el invierno, fuera de la temporada habitual de las fuentes de soda, de modo que contrató a viajantes para que vendieran Coca-Cola a los farmacéuticos de los estados vecinos, repartió más vales para captar nuevos clientes e invirtió dinero en

publicidad. A finales de 1895 las ventas anuales excedían los 285.000 litros y la Coca-Cola se vendía en todos los estados del país. El boletín informativo de la empresa alardeaba de que «la Coca-Cola se ha convertido en una bebida nacional».

Ese rápido crecimiento fue posible porque la Coca-Cola Company solo vendía sirope; no ofrecía el producto acabado del sirope mezclado con agua de soda. Candler se oponía tajantemente a la idea de vender Coca-Cola en botellas porque le preocupaba que el sabor de la bebida se resintiese durante el almacenamiento. Expandirse a una nueva ciudad o estado, pues, no significaba más que cerrar un acuerdo con los farmacéuticos locales y después enviarles el sirope y los correspondientes reclamos publicitarios: carteles, calendarios y demás artículos que lucían el logo rojiblanco de la empresa. Dado que Atlanta era un nudo principal de la red ferroviaria del país, la distribución no suponía ningún problema. Y a los farmacéuticos les gustaba la bebida porque era rentable: cada Coca-Cola de cinco centavos que vendían solo precisaba un centavo de sirope, y la mayor parte del resto eran beneficios netos. La Coca-Cola Company, a su vez, podía elaborar el sirope por un coste de alrededor de tres cuartos de céntimo por bebida, de modo que también sacaba un interesante beneficio de cada venta.

Un repentino cambio de estrategia consistente en restar énfasis a las supuestas cualidades medicinales de la Coca-Cola contribuyó asimismo a aumentar las ventas. Hasta 1895 todavía se vendía sobre todo como producto eminentemente medicinal, y se describía como «el mejor remedio para el dolor de cabeza». Sin embargo, vender la Coca-Cola como remedio implicaba el riesgo de limitar el mercado a quienes se identificaban con los síntomas que en teoría curaba. En cambio, venderla como bebida refrescante le confería un atractivo universal: no todo el mundo está enfermo, pero todos tenemos sed en un momento u otro. Fue el adiós a los lóbregos anuncios que enumeraban afecciones y malestares y la llegada de un mensaje más alegre y directo: «Beba Coca-Cola. Deliciosa y refrescante». Allá donde los anteriores anuncios habían dirigido la Coca-Cola a hombres de negocios agobiados y con exceso de trabajo que buscaban una cura para el dolor de cabeza o un tónico, la nueva publicidad recomendaba la bebida a mujeres y niños. Resultó que el cambio de mensaje no podía haber llegado en mejor momento. En 1898 se cargó con un impuesto a los remedios medicinales, categoría en la que en un principio se pretendía incluir a la Coca-Cola. La empresa se opuso a la decisión y al

final consiguió que la eximieran del impuesto, pero solo pudo conseguirlo porque había recalificado la Coca-Cola como bebida en lugar de como fármaco.

Las ventas también se vieron impulsadas, irónicamente, por la introducción de la Coca-Cola embotellada. Candler siempre se había opuesto a la idea, pero en julio de 1899 concedió a dos hombres de negocios, Benjamín Thomas y Joseph Whitehead, el derecho a embotellar y vender Coca-Cola. En su momento Candler lo consideró un acuerdo de escasa importancia, y ni siquiera hizo pagar a los dos hombres por los derechos de embotellado; en lugar de eso se limitó a permitir que se les vendiese el sirope, del mismo modo que se les vendía a los propietarios de fuentes de soda. Si las botellas funcionaban, vendería más sirope; si fracasaban, como preveía, no perdería nada. A la hora de la verdad, el embotellado tuvo un éxito rotundo. La Coca-Cola embotellada abrió mercados totalmente nuevos, ya que podía venderse en cualquier parte -en tiendas de alimentación y acontecimientos deportivos, por ejemplo- y no solo en fuentes de soda. Thomas y Whitehead no tardaron en darse cuenta de que, en lugar de encargarse ellos del embotellado, tenía mucho más sentido vender a terceros derechos subsidiarios de embotellado a cambio de un generoso porcentaje de los beneficios. Al hacerlo, crearon un lucrativo negocio de franquicias y pusieron la Coca-Cola al alcance de todas las ciudades y pueblos de Estados Unidos. La característica botella de Coca-Cola, con su inconfundible forma, fue introducida por la empresa en 1916.



La característica botella de cristal de Coca-Cola, introducida en 1916

La Coca-Cola en botella emprendió el vuelo en el preciso momento en que la opinión pública empezaba a preocuparse por los peligros de las especialidades médicas y los aditivos y adulterantes nocivos de los alimentos. A la cabeza de la ofensiva estaba Harvey Washington Wiley, un científico del gobierno con una especial preocupación por el peligro que los remedios milagrosos suponían para los niños. Sus años de campaña se vieron recompensados en 1906 con la aprobación de la Ley para los Alimentos y Fármacos Puros, más conocida como «Ley del doctor Wiley». Al principio pareció que la nueva normativa beneficiaría a la Coca-Cola - que anunciaba con orgullo que estaba «garantizada por la Ley para los Alimentos y Fármacos Puros»- al eliminar a algunos de sus rivales más dudosos. Sin embargo, al año siguiente, Wiley anunció su intención de investigar la Coca-Cola con el argumento de que contenía cafeína. Su queja radicaba en que, a diferencia del té y el café, la Coca-Cola, que a esas alturas se podía encontrar por todo el país, la bebían los niños. Argüía que por lo general los padres desconocían que la bebida contenía cafeína, y no sabían que sus hijos estaban tomando una droga.

Del mismo modo que Jair Beg había sometido a juicio el café en La Meca en 1511, Wiley juzgó a la Coca-Cola en 1911, en el proceso federal «Estados Unidos contra cuarenta toneles y veinte barriles de Coca-Cola». En el tribunal, los fundamentalistas religiosos cargaron contra los males de la Coca-Cola, culpando a su contenido de cafeína de fomentar las transgresiones sexuales; los científicos del gobierno expusieron los efectos de la Coca-Cola sobre conejos y ranas; los expertos que llevó la Coca-Cola Company testificaron a favor de la bebida. El juicio duró un mes y dio mucho juego, con acusaciones de compra de jurados y cobertura sensacionalista: «Ocho Coca-Colas condenen cafeína suficiente para matar», rezaba un titular, algo que no era cierto. El problema de la tesis de Wiley era que se basaba en objeciones más morales que científicas. Nadie negaba que la Coca-Cola contuviera cafeína; la cuestión radicaba en si era dañina, y en especial para los niños. Las evidencias científicas sugerían que no. Además, Wiley no intentaba prohibir el té o el café.

Así, finalmente el caso se limitó a la cuestión de si la Coca-Cola Company ofrecía una presentación falsa de su producto y si podía afirmar que su bebida era en realidad «pura». Al final, el tribunal se pronunció a

favor de la Coca-Cola: su nombre reflejaba con precisión la presencia de cola, que contiene cafeína. Y como la cafeína siempre había formado parte de la fórmula de la Coca-Cola, no contaba como aditivo, de modo que la bebida era, en efecto, «pura». Dicho esto, la segunda parte de la sentencia fue subsiguientemente invalidada por una apelación, y se llegó a un acuerdo fuera de los tribunales por el que la cantidad de cafeína de la Coca-Cola se reduciría a la mitad. La empresa también se comprometió a no incluir niños en sus anuncios, política que mantuvo hasta 1986. Sin embargo, lo importante era que la venta a niños de Coca-Cola, una bebida con cafeína, quedaba amparada por la ley desde ese momento. Sumado a la popularidad de la bebida embotellada, esto vino a significar que la Coca-Cola había ampliado con éxito el uso de la cafeína, la droga más popular del mundo, a unos ámbitos que el té y el café habían sido incapaces de alcanzar.

La Coca-Cola Company encontró otras maneras de vender su producto a los niños sin representarlos directamente en sus anuncios. Los ejemplos más famosos con diferencia son los alegres carteles que retratan a Santa Claus bebiendo Coca-Cola, aparecidos por primera vez en 1931. Existe la creencia generalizada, pero errónea, de que a través de esos carteles la Coca-Cola Company fue la responsable de crear la imagen moderna de Santa Claus como un hombre barbudo con traje rojo ribeteado de blanco, y que eligió los colores para que coincidieran con los de su logotipo. En realidad, el concepto de un Santa Claus con traje rojo ya estaba difundido. *The New York Times* informaba el 27 de noviembre de 1927: «A los niños de Nueva York se les aparece un Santa Claus estandarizado... La altura, el peso y la talla están estandarizados casi a la perfección, al igual que las prendas rojas, la capucha y la barba blanca... La bolsa llena de juguetes, las mejillas y la nariz sonrosadas, las cejas pobladas y el aspecto panzudo y jovial son también componentes inevitables del obligado disfraz». No obstante, meter a Santa Claus en sus anuncios permitió a la empresa captar directamente a los niños, y relacionar su bebida con la diversión y la alegría.

La esencia sublimada de Estados Unidos

En la década de 1930 la Coca-Cola se enfrentó a tres desafíos: el final de la Prohibición, la Gran Depresión que siguió al hundimiento de la Bolsa de Wall Street en 1929 y la aparición de un vigoroso competidor, PepsiCo, con su bebida rival, la Pepsi-Cola. Se esperaba que la reinstauración de la venta legal de bebidas alcohólicas, que había estado prohibida desde 1920, tuviera un efecto especialmente devastador en las ventas de Coca-Cola. «¿Quién beberá "cosas flojas" pudiendo obtener legalmente cerveza de verdad y "whisky de hombres"? -se planteaba en un artículo de prensa-. Vamos, que la cosa estaba vista para sentencia: la Coca-Cola Company tiene los días contados». En realidad, el fin de la Prohibición tuvo muy poco impacto sobre las ventas; al parecer, la Coca-Cola satisfacía una necesidad diferente de las bebidas alcohólicas. De hecho, la gama de situaciones en que se consumía no dejaba de ampliarse.

Para algunas personas, la Coca-Cola ocupó el lugar del café como bebida social. A diferencia de las bebidas alcohólicas, se consideraba apropiada para su consumo a cualquier hora del día -incluso en el desayuno- y, por supuesto, por gente de cualquier edad. Durante la Prohibición, el brillante publicista de la empresa, Archie Lee, promocionó con esmero el consumo de Coca-Cola en fuentes de soda como un sustituto alegre y familiar del consumo de cerveza u otras variedades de alcohol en un bar, y como una vía de escape respecto de la lúgubre realidad económica. Lee también fue pionero en el uso de la nueva tecnología de la radio para vender Coca-Cola y en otorgarle un lugar destacado en numerosas películas, otra manera de asociarla al glamour y el escapismo. Los anuncios de Coca-Cola retrataban un mundo seductoramente feliz y despreocupado. Como resultado, la Coca-Cola Company prosperó durante la Depresión.

«A pesar de la Depresión, el tiempo y la intensa competencia, Coca-Cola prosigue con una demanda siempre mayor», observó un analista de inversiones de la época. Era una bebida para el calor que aun así se vendía en invierno, un producto sin alcohol que competiría con las bebidas alcohólicas, un refresco que universalizó el consumo de cafeína y un capricho asequible que conservó su atractivo incluso en la época de vacas flacas. Como expresó Harrison Jones, un ejecutivo de la compañía, en un vehemente discurso de clausura con motivo de la celebración del 50 aniversario de la empresa en 1936: «Los Cuatro Jinetes del Apocalipsis

pueden cargar contra la Tierra todo lo que quieran: ¡la Coca-Cola perdurará!».

Algunos de esos factores también ayudaron a la rival de la Coca-Cola, la Pepsi-Cola. Sus orígenes se remontaban a 1894, pero tras atravesar dos bancarrotas solo se afianzó como competidora seria de la Coca-Cola en la década de 1930, de la mano de un empresario neoyorquino llamado Charles Guth, propietario de una cadena de confiterías y fuentes de soda. En vez de comprar Coca-Cola para sus locales, tomó las riendas de la maltrecha PepsiCo y ofreció su bebida. Las ventas despegaron en cuanto empezó a ofrecer botellas de tres decilitros al mismo precio (cinco centavos) que Coca-Cola cobraba por una de 1,7 decilitros. El coste de elaboración de la bebida más grande no era mucho más elevado, puesto que la mayor parte se la llevaban el embotellado y la distribución, y tenía un gran atractivo para los consumidores que andaban cortos de dinero. Pero el asunto derivó en una batalla legal, ya que la Coca-Cola Company acusó a su rival de no haber respetado los derechos de una marca registrada. El caso se alargó durante años, perjudicó a las dos empresas y acabó con un acuerdo fuera de los tribunales en 1942. La Coca-Cola Company accedió a dejar de poner en entredicho la marca registrada de Pepsi-Cola, y PepsiCo adoptó un logo rojo, blanco y azul que distinguía claramente su bebida de la Coca-Cola. Otra consecuencia fue que la palabra «cola» pasó a ser un nombre común aplicado a refrescos marrinosos, carbonatados y con cafeína. En última instancia, las dos empresas se beneficiaron mutuamente: la existencia de una rival impidió que Coca-Cola se durmiera en los laureles, y la propuesta de venta de la Pepsi-Cola, que ofrecía el doble por el mismo precio, solo fue posible por el mercado que Coca-Cola había establecido en un principio. La rivalidad fue un clásico ejemplo de cómo una competencia firme puede beneficiar a los consumidores y aumentar la demanda.

A finales de los años treinta, Coca-Cola era más fuerte que nunca. Indiscutible institución nacional, responsable de casi la mitad del total de ventas de refrescos con gas en Estados Unidos, la Coca-Cola era un producto producido y comercializado en masa, consumido por pobres y ricos sin distinción. En 1938, el veterano periodista William Allen White, famoso y respetado comentarista social, declaró que era «una esencia sublimada de todo lo que representa Estados Unidos, algo decente, elaborado con honestidad, universalmente distribuido y mejorado a conciencia con los años». La Coca-Cola había conquistado Estados Unidos;

ahora estaba preparada para conquistar el mundo y llegar adondequiera que se extendiera la influencia estadounidense.

12. Globalización en botella

Hace mil millones de horas,
apareció la vida humana en la Tierra.

Hace mil millones de minutos,
surgió el cristianismo.

Hace mil millones de segundos,
los Beatles cambiaron la música.

Hace mil millones de Coca-
Colas era ayer por la mañana.

Robert Goizueta, director general de la Coca-Cola
Company, abril de 1997

El siglo estadounidense

El siglo XX fue un período caracterizado por la lucha en pro de la libertad individual a nivel político, económico y personal contra diversas formas de opresión, y estuvo marcado por la guerra, el genocidio y la amenaza de la aniquilación nuclear. Sin embargo, terminó con un grado considerable de consenso acerca de que la gente es más feliz cuando se le concede libertad de elección en los ámbitos político, económico y personal, en forma de democracia, consumismo y rechazo a diversas y antiguas formas de discriminación. La idea de que una simple bebida pudiera llegar a encarnar esos valores parece absurda, pero eso es lo que sucedió durante la segunda mitad del siglo XX. La nación que más se identificaba con la lucha por la libertad individual era Estados Unidos, y sus valores han llegado a relacionarse de manera inextricable con su bebida nacional, la Coca-Cola.

Aunque ya se vendía en diversos países fuera de Estados Unidos al comienzo de la Segunda Guerra Mundial, la Coca-Cola solo se convirtió en

una auténtica marca global con la emergencia de Estados Unidos como superpotencia global y el abandono de su prolongada política de aislacionismo. A lo largo de todo el siglo XIX, el país había seguido la línea propugnada por George Washington, que en 1796 declaró en su discurso de despedida: «Nuestra auténtica política es mantenernos al margen de las alianzas permanentes con cualquier país del exterior). La intervención estadounidense en la Primera Guerra Mundial, que ayudó a inclinar la balanza del conflicto europeo en contra de alemanes y austríacos, fue una excepción a esa regla, pero muchos la consideraron un error. Durante los años treinta, los aislacionistas sostuvieron que su país debía mantenerse alejado de cualquier futuro conflicto europeo. Sin embargo, el ataque japonés a Pearl Harbor en diciembre de 1941 metió a Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial y puso fin para siempre al aislacionismo. El país envió sus fuerzas armadas, más de dieciséis millones de reclutas en total, a otros puntos del planeta, y la Coca-Cola fue con ellos.

Mientras el país se movilizaba, Robert Woodruff, presidente de la Coca-Cola Company, dio la orden de que «cada hombre uniformado consiga una botella de Coca-Cola por cinco centavos, esté donde esté y le cueste lo que le cueste a la empresa». La bebida ya era popular entre los soldados y se les ofrecía en las maniobras por su calidad de bebida refrescante y no embriagadora. Los bien publicitados esfuerzos de la empresa por mantener el suministro tendrían, por supuesto, el valioso beneficio de vincular la Coca-Cola al patriotismo y al apoyo al esfuerzo bélico. Sin embargo, también fue recibida con genuino agradecimiento por los reclutas de bases militares remotas: la Coca-Cola les recordaba su hogar y les ayudaba a mantener la moral alta.

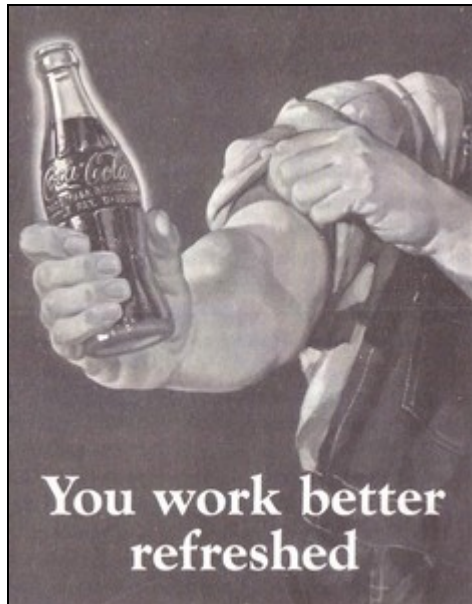
«Esperamos sinceramente que su empresa sea capaz de seguir proveyéndonos durante esta emergencia -les escribió un oficial-. A nuestro entender, la Coca-Cola debería clasificarse como uno de los productos esenciales para la moral de los hombres que están en servicio.» Con docenas de cartas parecidas por delante y después de mucha presión en Washington con el apoyo explícito del ejército, la empresa llegó incluso a quedar exenta del racionamiento de azúcar en 1942, con el argumento de que su producto era esencial para el esfuerzo bélico. Eso garantizó la continuidad en la producción de Coca-Cola, aun cuando el racionamiento obligaba a los fabricantes de refrescos competidores a reducir la producción en un 50 por ciento.

Sin embargo, mandar botellas de Coca-Cola a la otra punta del mundo para cualesquiera tropas que estuvieran destinadas allí era muy ineficaz, sobre todo porque inmovilizaba un valioso espacio de carga. De modo que, siempre que fue posible, se instalaron plantas de embotellamiento y fuentes de soda dentro de las bases militares, lo que significaba que solo habría que enviar el sirope. Para una gran parte del personal militar, los empleados de Coca-Cola que instalaban y manejaban esa maquinaria no eran menos importantes que los mecánicos que mantenían en funcionamiento los aviones y los tanques. Se les concedió un estatus preferente de «observadores técnicos» y rangos militares, hasta tal punto que llegaron a ser conocidos como «coroneles de la Coca-Cola». Durante la guerra instalaron no menos de sesenta y cuatro plantas militares de embotellamiento alrededor del mundo y sirvieron en torno a diez mil millones de bebidas. Los observadores técnicos idearon un dispensador portátil de Coca-Cola para su uso en la selva y otro más estrecho que se podía introducir por la escotilla de un submarino. También se puso la Coca-Cola al alcance de los civiles cercanos a las bases estadounidenses de ultramar: muchos de ellos se aficionaron a la bebida. Gente de todo el mundo, desde polinesios a zulúes, probaron la Coca-Cola por primera vez.

Centenares de cartas, en la actualidad conservadas en los archivos de la Coca-Cola, muestran lo estrechamente que los reclutas estadounidenses identificaban la bebida con su país y lo que representaba. «En mi opinión, estoy metido en este maldito embrollo tanto para ayudar a mantener la costumbre de beber Coca-Cola como para ayudar a conservar el millón de otros beneficios con que nuestro país bendice a sus ciudadanos... Que todos podamos brindar pronto por la victoria con una Coca-Cola», escribió un soldado. «Si alguien nos preguntara por qué luchamos -escribió otro en una carta a casa-, creemos que la mitad responderíamos que por el derecho a volver a comprar Coca-Cola.» Aun cuando la bebida podía conseguirse en teatros de operaciones remotos, era tan valorada que se atesoraban las botellas para ocasiones especiales o se vendían por precios abusivamente inflados. Una botella se vendió por cinco dólares en las islas Salomón, otra por diez en Casablanca, y en Alaska una botella alcanzó los cuarenta dólares. Robert Scott, un piloto del teatro de operaciones del Pacífico, recibió una botella después de abatir su quinto avión japonés y convertirse en un «as». Sin embargo, la consideró demasiado valiosa para bebérsela y

en lugar de eso se la regaló al médico que le había operado cuando resultó herido.

El entusiasmo militar por la Coca-Cola no se limitaba al escalafón más bajo, sino que llegaba hasta las más altas esferas: también les gustaba a los generales Douglas MacArthur, Ornar Bradley y George Patton. El más entusiasta era el general Dwight D. Eisenhower, comandante supremo de las fuerzas aliadas en Europa. En junio de 1943, mientras supervisaba la campaña aliada en el norte de África, envió un detallado telegrama en el que solicitaba «tres millones de Coca-Colas embotelladas (llenas) y equipamiento completo para embotellar, lavar y tapar misma cantidad dos veces mes. Preferencia sobre equipamiento es 10 máquinas separadas para instalación en diferentes ubicaciones, cada una equipada para embotellar veinte mil botellas día. También sirope y chapas suficientes para 6 millones de rellenos». A los seis meses funcionaban las cadenas de montaje en el norte de África, y al año siguiente la Coca-Cola siguió el avance de las tropas aliadas en Europa occidental después de los desembarcos de Normandía del Día D. «Coca-Cola» fue incluso la contraseña que utilizaron los estadounidenses durante la batalla para cruzar el Rin.



Un anuncio de Coca-Cola de los tiempos de la Segunda Guerra Mundial

La Coca-Cola Company no perdía ninguna oportunidad de subrayar la naturaleza totémica de la bebida para los soldados estadounidenses

repartidos por el mundo. Un anuncio de 1942, en un momento en que se libraban combates en el norte de África, presentaba a un soldado vestido de caqui que se encontraba un cartel de Coca-Cola en un desierto por lo demás inhóspito, sobre el eslogan «¿Qué tal, amigo?». Otro anuncio mostraba a unos marineros bebiendo Coca-Cola a bordo de un barco. El mensaje al pie se jactaba de que «dondequiera que haya un acorazado estadounidense, el modo de vida americano continúa... De modo que, naturalmente, Coca-Cola está allí también». Suena a exageración, pero no lo era.

A la inversa, las potencias del Eje, Alemania y Japón, denunciaban la Coca-Cola como un ejemplo de todo lo malo de Estados Unidos... a pesar de que en ambos países se había vendido antes de la guerra, y de que había sido especialmente popular en Alemania. Soslayando este molesto hecho, la propaganda nazi se mofaba diciendo que «Estados Unidos nunca ha aportado nada a la civilización mundial salvo el chicle y la Coca-Cola», mientras que sus aliados japoneses declaraban: «Con la Coca-Cola importamos los gérmenes de la enfermedad de la sociedad estadounidense».

En 1945, tras la victoria aliada, los enclaves militares de embotellamiento se mantuvieron durante tres años dentro del inmediato período de reconstrucción. Después la producción volvió al sector civil. Sin embargo, a esas alturas, la Coca-Cola, subida al carro del ejército estadounidense, se había implantado en todos los continentes de la Tierra, a excepción de la Antártida. Como observó un representante de la empresa, la guerra aseguró «la aceptación casi universal de la bondad de la Coca-Cola».

Guerra fría, guerra de refrescos

El converso a la Coca-Cola más inverosímil quizá fuera el general Gueorgui Konstantinovich Zhukov, el más distinguido líder militar de la Unión Soviética, que defendió con éxito su país del ataque alemán y después condujo sus fuerzas hasta Berlín para poner fin a la guerra en Europa. Zhukov era uno de los pocos que se atrevía a llevarle la contraria a Yosif Stalin, el brutal dirigente soviético, que no podía desembarazarse de Zhukov a causa de su popularidad y su heroica reputación. Durante las negociaciones posbélicas sobre el reparto de Alemania, Zhukov conoció la

Coca-Cola de manos de Eisenhower y se aficionó mucho a la bebida. Con todo, era reacio a dejarse ver disfrutando de un producto tan estrechamente identificado con los valores estadounidenses, sobre todo a medida que se intensificaba la rivalidad entre las dos superpotencias. Así que Zhukov realizó una inusual petición: ¿era posible elaborar Coca-Cola incolora, de modo que se pareciera al vodka, la bebida tradicional rusa? Su petición fue transmitida a la Coca-Cola Company, que, como no podía ser menos, aceptó y, con el visto bueno del presidente Harry Truman, ideó una versión transparente que enviaban a Zhukov en botellas cilíndricas especiales, selladas con una chapa blanca y etiquetadas con una estrella roja soviética.

En 1948, la euforia posbélica que había presidido la fundación de las Naciones Unidas se había evaporado, y la Unión Soviética desafió abiertamente a Estados Unidos bloqueando Berlín Oeste, un minúsculo punto de apoyo occidental en el lado soviético de la Europa ya dividida. Las potencias occidentales respondieron con un puente aéreo que llevó suministros al Berlín occidental de día y de noche durante un año, hasta que los soviéticos levantaron el bloqueo. Con la fundación en 1949 de la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN), una alianza entre Estados Unidos y sus socios occidentales, y el establecimiento del Pacto de Varsovia por parte de la Unión Soviética, quedó dispuesto el escenario para las décadas de punto muerto militar que constituyeron la guerra fría. Durante ese período, en el que los dos bloques compitieron por la influencia y libraron guerras en terceros países en diferentes lugares del mundo, pero sin alcanzar jamás el conflicto directo, llegó a asociarse a la Coca-Cola no solo con Estados Unidos, sino también con valores occidentales más amplios, como la libertad, la democracia y el capitalismo de libre mercado. Entre los comunistas, por el contrario, la Coca-Cola llegó a representar todo lo que se consideraba equivocado del capitalismo, en especial la noción de que satisfacer las demandas a menudo triviales de los consumidores debiera ser el principio organizador de la economía. Como anunciaba una pancarta en la convención de 1948 de la Coca-Cola Company: «Cuando pensamos en los comunistas, pensamos en el Telón de Acero. Pero cuando ellos piensan en la democracia, piensan en la Coca-Cola».

Durante los últimos años de la década de 1940, la Coca-Cola Company amplió con rapidez sus operaciones internacionales, de modo que en 1950 un tercio de sus beneficios procedía de fuera de Estados Unidos. Ello coincidió con la creciente influencia política del país como primera nación

capitalista en la lucha a escala mundial contra el comunismo y con la iniciativa, financiada por Estados Unidos, para reconstruir Europa, el Plan Marshall. Para quienes se oponían al peso cada vez mayor de los norteamericanos y consideraban el Plan Marshall imperialismo por otros medios, la Coca-Cola ofrecía un blanco evidente para las iras. El término «Coca-Colonización» fue utilizado por primera vez por los simpatizantes franceses del comunismo, que organizaron una enérgica campaña contra la instalación de nuevas plantas de embotellamiento en su país. Sugirieron que perjudicaría a las industrias nacionales del vino y el agua mineral, y llegaron a intentar que la ilegalizaran con el argumento de que era nociva para la salud, lo cual provocó una oleada de indignación en Estados Unidos, donde los editoriales de los periódicos reclamaron la cancelación de la ayuda del Plan Marshall a los ingratos franceses. Los representantes de la empresa señalaron que la bebida no había tenido ningún efecto negativo sobre la salud de los soldados estadounidenses que habían liberado Francia. La prensa gala respondió con la misma moneda: *Le Monde* advertía de que «está en juego el paisaje moral de Francia». Manifestantes franceses volcaron camiones de Coca-Cola y destrozaron botellas. Sin embargo, al final la campaña francesa contra la Coca-Cola marcó pocas diferencias. De hecho, generó mucha publicidad gratuita y confirmó a la bebida un caché exótico e ilícito.

En otros países se llevaron a cabo campañas parecidas. Los activistas comunistas sugerían que la Coca-Cola tenía efectos adversos para la salud y que su difusión contaminaría los países europeos con los valores culturales estadounidenses. A menudo contaban con el apoyo de los cerveceros, los embotelladores de agua mineral y los fabricantes de refrescos, encantados con la histeria anti-Coca-Cola que promovían los comunistas. La extrema izquierda austríaca afirmaba que la planta embotelladora de Coca-Cola de su país podía convertirse en una fábrica de bombas atómicas en muy poco tiempo. Los italianos declaraban que la bebida volvía blanco el pelo de los niños de la noche a la mañana. La Coca-Cola Company siguió adelante con discreción, negándose a morder el anzuelo y montando nuevas franquicias de embotellamiento en el extranjero, confiando en que la experiencia directa de sus consumidores los convencería de los méritos de la bebida. Robert Woodruff, presidente de la Coca-Cola Company, explicó con nitidez la oposición comunista a la Coca-Cola al observar que la bebida era «la esencia del capitalismo». Sin embargo, a medida que la bebida se hacía más

popular, las afirmaciones ridículas sobre ella -que dejaba impotentes o provocaba cáncer o infertilidad a quienes la bebían- fueron remitiendo poco a poco.

En 1959, el vicepresidente de Estados Unidos Richard Nixon visitó Moscú, donde intercambió palabras gruesas con el premier soviético Nikita Jruschov en una feria especial para exponer productos estadounidenses. En un golpe de efecto de relaciones públicas que se anotó PepsiCo, Nixon y Jruschov se detuvieron ante el stand de PepsiCo y fueron fotografiados bebiendo juntos el refresco. Sin embargo, en 1965, cuando la Coca-Cola Company empezó a estudiar la organización de operaciones en Rusia, al otro lado del Telón de Acero, donde le esperaba un inmenso mercado potencial, padeció un revés inmediato. Dado que en los estados comunistas no se permitían las empresas privadas, el propio gobierno soviético sería el socio de la empresa, y los posibles beneficios llenarían sus arcas. En plena guerra de Vietnam, los críticos argüyeron que la Coca-Cola estaría ayudando a todos los efectos a financiar a los enemigos comunistas de Estados Unidos, así que la empresa descartó el plan.

Eso dejó vía libre para la Pepsi. Tras ser derrotado en las elecciones a gobernador de California de 1962, Nixon se incorporó a la asesoría jurídica de Pepsi y se convirtió en su embajador en el extranjero. Al no estar condicionada por la propaganda anticomunista, PepsiCo se encontraba en mejor disposición para llegar más allá del Telón de Acero. Inició actividades en Rumania en 1965 y, con la ayuda de Nixon, empezó a vender su bebida en Rusia, donde le concedieron una licencia exclusiva en 1972. En 1980 dio la impresión de que la Coca-Cola Company abría una puerta con el acuerdo de que sería el refresco oficial de los Juegos Olímpicos que ese año se celebraban en Moscú. Sin embargo, en ese momento el presidente Jimmy Carter anunció el boicot estadounidense a los juegos como respuesta a la invasión soviética de Afganistán, de modo que la Coca-Cola se vio rechazada una vez más.



El vicepresidente estadounidense Richard Nixon y el premier soviético Nikita Jruschov en el stand de PepsiCo de la Feria Comercial y Cultural de Estados Unidos de 1959 en Moscú

Sin embargo, en última instancia, el fracaso de la Coca-Cola para implantarse en los países del bloque soviético demostró ser una ventaja. El Muro de Berlín cayó en 1989, presagiando el derrumbe de los regímenes comunistas de toda Europa oriental y la disolución de la Unión Soviética en 1991. El aluvión de alemanes del Este que cruzaron por las grietas del Muro de Berlín fue recibido con Coca-Cola. «Nos encontramos dando la bienvenida a los recién llegados con plátanos, Coca-Cola, flores y cualquier otra cosa que olierá a consumismo occidental», recordó un testigo presencial. Los alemanes orientales hacían cola para comprar cajas directamente en la planta embotelladora de Berlín Oeste. Junto con los equipos de alta fidelidad, los televisores, las neveras y el resto de artículos de consumo, las cajas de Coca-Cola se contaban entre los productos más codiciados por los berlineses orientales. El mayor éxito de la Pepsi al otro lado del Telón de Acero obró en su contra al caer los regímenes comunistas. Muchos consumidores la consideraban una marca local asociada a los viejos regímenes, mientras que la Coca-Cola tenía imagen de exótica y extranjera. Beber Coca-Cola se convirtió en un símbolo de libertad. A

mediados de los años noventa, la Coca-Cola había superado a la Pepsi como el refresco de cola más popular en los antiguos países del bloque soviético.

La Coca-Cola en Oriente Próximo

La estrecha vinculación de la Coca-Cola con los valores estadounidenses no supuso una ventaja para la empresa en otra parte del mundo: Oriente Próximo. Los problemas empezaron en 1966, cuando un hombre de negocios israelí acusó a la Coca-Cola Company de mantenerse fuera del mercado de los refrescos de Israel para proteger sus negocios en el mucho más amplio mercado árabe. El mundo árabe, con su veto a las bebidas alcohólicas y su clima cálido, era desde luego un mercado prometedor para la Coca-Cola; sus beneficios anuales en la región ascendían a unos veinte millones de dólares. La empresa arguyó que sus intentos de abrir una planta embotelladora en Israel en 1949 habían sido bloqueados por el gobierno israelí; también afirmó que el mercado israelí era demasiado pequeño para ser económicamente viable. Sin embargo, si ese era el caso, preguntaron los críticos, ¿por qué hacía negocios en Chipre, un mercado todavía más pequeño? Se acumularon las acusaciones de antisemitismo, y las organizaciones judías de Estados Unidos, entre ellas el hospital Mount Sinai de Manhattan y el Nathan's Famous Hot Dog Emporium de Coney Island, empezaron a boicotear el producto.

La empresa respondió anunciando que daría licencia a una franquicia embotelladora israelí en Tel Aviv. Eso, a su vez, provocó que la Liga Árabe llamara a sus miembros a boicotear la Coca-Cola. La empresa se negó a rectificar, y el boicot árabe entró en vigor en agosto de 1968. La decisión de la compañía fue totalmente pragmática: renunció al mercado árabe para evitar un boicot en su país por parte de la comunidad judía, algo que le habría resultado mucho más costoso. El resultado fue que la Coca-Cola se vio vinculada, una vez más, a la política exterior estadounidense. Mientras tanto, Pepsi aprovechaba la oportunidad para entrar en los mercados árabes y permanecer fuera de Israel, aunque le costó algunos clientes en Estados Unidos, que consideraron antisemita esta opción.

Coca-Cola tuvo que esperar a finales de los años ochenta, cuando por fin se puso fin al boicot, para empezar a hacer avances en los mercados árabes, en especial en Egipto, Líbano y Jordania. Sin embargo, el premio gordo era Arabia Saudí, que se había convertido en el tercer mercado exterior de Pepsi después de Canadá y México. Durante la guerra del Golfo de 1991, Coca-Cola envió camiones refrigerados para proveer a las tropas estadounidenses en Arabia Saudí, pero no pudo competir con Pepsi, que tenía cinco fábricas en el país. Los telespectadores de todo el mundo vieron al general Norman Schwarzkopf, comandante estadounidense de la coalición que había expulsado a las fuerzas iraquíes de Kuwait, firmando el alto el fuego con una lata de Pepsi al lado. Coca-Cola respondió con una intensa campaña para introducirse en el mercado saudí, con el fin de poner a Pepsi a la defensiva y mermar su capacidad para competir en otros mercados.

Cuando estalló la guerra de Irak en 2003, la idea de expresar el antiamericanismo mediante ataques a sus refrescos había adoptado nuevas modalidades. Los jóvenes musulmanes de Tailandia derramaron Coca-Cola en señal de protesta contra la invasión encabezada por Estados Unidos, y las ventas se suspendieron ante las crecientes protestas antiamericanas. Entretanto, los refrescos de cola de fabricación local empezaron a cobrar popularidad en Oriente Próximo. Zam Zam Cola, una cola «islámica» elaborada en Irán por una empresa que había sido socia de Pepsi en el país, se hizo popular en Irak, Qatar, Bahrein y Arabia Saudí, donde vendió cuatro millones de latas en la semana de su lanzamiento. La Star Cola, elaborada en Cisjordania, se hizo popular en los Emiratos Árabes Unidos. La relación de la Coca-Cola con Estados Unidos persistió tanto para críticos como para partidarios. Cuando las tropas estadounidenses ocuparon el palacio bagdadí de Sadam Husein en abril del 2003, celebraron una barbacoa en la que consumieron hamburguesas, perritos calientes e, inevitablemente, Coca-Cola.

Globalización en botella

Además de relacionarse con Estados Unidos, la Coca-Cola también compendia la tendencia a un único mercado global: en una palabra, la globalización. Quienes creen en la globalización sostienen que abolir las barreras arancelarias y el resto de obstáculos al comercio libre e ilimitado es el mejor modo de mejorar las economías de países ricos y pobres por igual. Al montar fabricas en países en vías de desarrollo, por ejemplo, las empresas de los países ricos pueden reducir sus costes a la vez que generan empleo y estimulan la economía de los países más pobres donde se instalan. Los contrarios a la globalización se quejan de que tales prácticas son explotadoras, puesto que crean empleos mal remunerados y de baja calidad; al desplazar su mano de obra al extranjero, las multinacionales también pueden sacar partido de unas normativas laborales y medioambientales más permisivas. El debate continúa. Sin embargo, a medida que las empresas extienden sus tentáculos por todo el mundo y compiten en un terreno de juego global, cada vez son más los que creen que la globalización no es más que una nueva forma de imperialismo. Los activistas de la antiglobalización sostienen que la única superpotencia del mundo, Estados Unidos, pretende invadir el resto del planeta no con soldados y bombas, sino con su cultura, sus empresas y sus marcas, sobre todo Microsoft, McDonald's y Coca-Cola.

Desde luego, no existe ningún producto más representativo de la globalización que la Coca-Cola. La batalla global con Pepsi prosigue en todo el mundo; el nuevo gran campo de batalla es China. Sin embargo, ese es tan solo uno de los más de doscientos territorios (más que miembros tienen las Naciones Unidas) en los que opera la Coca-Cola Company. Su bebida es ya el producto más conocido del planeta, y se dice que «Coca-Cola» es la expresión que más se comprende en el mundo después de «OK». No hay empresa que le pueda hacer sombra en cuanto a alcance global, visibilidad o reconocimiento. Coca-Cola encabeza sistemáticamente la lista de marcas más valiosas del mundo que todos los años publica la revista *Business J.C.*

Aun así, ni siquiera la marca más poderosa del mundo puede lavar el cerebro a la gente para que compren algo que no quieren, por mucho que los antiglobalización afirmen lo contrario. La New Coke, una bebida más dulce y parecida a la Pepsi que la Coca-Cola Company presentó en 1985, fue un desastre. Los consumidores dieron la espalda a la nueva bebida y las ventas cayeron en picado, lo que obligó a la empresa a reintroducir la

bebida original como Coca-Cola Classic al cabo de unas semanas y sentenció su intento de jugar con un icono estadounidense.

Coca-Cola también demuestra la fuerza con que las marcas globales pueden actuar en interés de los consumidores, y no contra ellos. De un extremo a otro del mundo, el nombre y el logo de Coca-Cola son la garantía de calidad constante de la empresa. Con una marca valorada en un total estimado de setenta mil millones de dólares, la empresa tiene un poderoso incentivo para mantener su reputación y la calidad de sus productos, o se arriesga a perder consumidores. El deseo de proteger su marca global hace que la Coca-Cola Company, como otras grandes empresas, sea muy sensible a la publicidad negativa y, por tanto, mucho más propensa a responder de sus actos. Las firmas con marcas nacionales no tienen que preocuparse por lo que piensen de ellas en otros países, pero las empresas con marcas globales sí.

Un análisis de la revista *The Economist* de 1997 reveló que el consumo de Coca-Cola en diferentes países -un buen sucedáneo del grado de globalización de esas naciones- se correspondía estrechamente con una mayor riqueza, calidad de vida (medida con una escala ideada por las Naciones Unidas) y libertad social y política. «Las bebidas efervescentes y de gran consumo -es decir, el capitalismo- son buenas para ustedes», concluía la revista. Por supuesto, no es la Coca-Cola lo que hace más rica, feliz o libre a la gente, pero a medida que se extienden el consumismo y la democracia, la espumosa bebida marrón nunca les va muy a la zaga.

Hoy día, los refrescos carbonatados son las bebidas más consumidas en Estados Unidos, ya que constituyen el 30 por ciento de todo el consumo de líquidos, y la Coca-Cola Company es el mayor proveedor de ese tipo de bebidas. Globalmente, la empresa aporta un 3 por ciento del consumo líquido total de la humanidad. La Coca-Cola es, sin duda, la bebida del siglo XX y de todo lo que implica: el auge de Estados Unidos, el triunfo del capitalismo sobre el comunismo y el avance de la globalización. Se apruebe o no esa mezcla, no puede negarse la amplitud de su atractivo.

Epílogo: Regreso a la fuente

El agua es un recurso natural limitado y un bien público fundamental para la vida y la salud. El derecho humano al agua es indispensable para llevar una vida saludable y digna. Es un prerrequisito para el cumplimiento de otros derechos humanos.

Comité de las Naciones Unidas sobre Derechos Económicos, Culturales y Sociales, 2002

Seis bebidas han definido el pasado de la humanidad, pero ¿cuál encarnará su futuro? Ya ha surgido una como candidato más probable. Como muchas de las bebidas definitorias de la historia, está muy de moda, es objeto de afirmaciones médicas contradictorias y posee una importancia geopolítica soslayada pero trascendental. Su disponibilidad marcará el camino del futuro de la humanidad, en la Tierra y potencialmente más allá. No deja de ser irónico que sea también la bebida que condicionó por primera vez el curso del desarrollo humano: el agua. La historia de las bebidas ha vuelto hasta su misma fuente.

A primera vista, puede parecer una afortunada casualidad. Gran parte del atractivo de otras bebidas, desde la cerveza del Neolítico, radicaba en que tenían menos posibilidades que el agua de estar contaminadas. Solo cuando, en el siglo XIX, empezó a desvelarse la base microbiológica de la contaminación del agua se volvió factible afrontar un problema que llevaba siglos desconcertando a los humanos: mantener un suministro adecuado de agua potable. Allí donde las generaciones anteriores recurrieron a otras bebidas como sustitutas, ahora es posible acometer directamente el problema de la contaminación, gracias a la purificación del agua y otras mejoras sanitarias. La creciente popularidad del agua, en otras palabras, sugiere que el peligro de contaminación por fin está remitiendo. Sin embargo, la realidad es bastante más compleja. De hecho, en ningún lugar queda más de manifiesto la brecha entre los mundos desarrollado y en vías de desarrollo que en sus actitudes hacia el agua.

Las ventas de agua embotellada se han disparado, con los niveles más altos de consumo en el mundo desarrollado, donde el agua corriente es abundante y segura. Los italianos son los consumidores de agua

embotellada más entusiastas del mundo, seguidos de cerca por franceses, belgas, alemanes y españoles. La industria global del agua embotellada presentó beneficios cercanos a los cuarenta y seis mil millones de dólares en 2003, y su consumo crece a un ritmo del 11 por ciento al año, más rápido que el de cualquier otra bebida. Los restaurantes sirven agua cara en botellas de diseño, y el hábito de llevar encima a todas horas una botellita de plástico de agua, del que fueron pioneras las supermodelos, se ha universalizado. Si uno se detiene en una gasolinera estadounidense descubrirá que el agua embotellada cuesta más que la gasolina. Las aguas minerales de manantiales concretos, de Francia a Fiji, se despachan a consumidores de todo el mundo.

La popularidad del agua embotellada deriva de la creencia generalizada de que es más saludable y segura que la corriente. Sin embargo, el agua corriente, por lo menos en los países desarrollados, es igual de segura. Aunque es verdad que se producen ocasionales episodios de contaminación, también afectan al agua embotellada. En un estudio publicado en los *Archives of Family Medicine*, los investigadores compararon el agua embotellada con el agua corriente de Cleveland, Ohio, y descubrieron que un cuarto de las muestras de agua embotellada presentaban niveles significativamente mayores de bacterias. Los científicos concluían que el «consumo de agua embote- liada con la premisa de su pureza puede responder a una percepción errónea». Otro estudio efectuado en la Universidad de Ginebra llegó a la misma conclusión, al igual que un informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, que reveló que el agua embotellada no era mejor que la corriente desde un punto de vista nutricional.

No puede decirse que esto sea una sorpresa, puesto que hasta el 40 por ciento del agua embotellada que se vende en Estados Unidos deriva, en realidad, del agua corriente, aunque suele estar filtrada y en ocasiones presenta minerales añadidos. Las dos primeras marcas de agua embotellada de Estados Unidos, Aquafina y Dasani, proceden de los depósitos municipales de agua. Y aunque en muchas etiquetas de agua embotellada vemos glaciares, manantiales cristalinos y montañas nevadas, las imágenes no siempre reflejan los auténticos orígenes del producto. Un estudio del National Resources Defense Council, un grupo de presión medioambiental estadounidense, desveló que una marca de agua en botella, etiquetada como «agua pura de glaciar», procedía de un depósito municipal. Otra marca, que

afirmaba ser «agua de manantial», con una etiqueta que mostraba un lago y montañas, procedía en realidad de un pozo situado en el aparcamiento de una fabrica, cerca de un vertedero peligroso. El estudio señalaba también que tanto en Europa como en Estados Unidos el agua corriente debe pasar unos controles de calidad mucho más estrictos que el agua embotellada.

No existen pruebas de que el agua embotellada sea más segura o saludable que la corriente en las naciones desarrolladas, y en catas a ciegas la mayoría de la gente es incapaz de distinguirlas. Las diferencias de sabor entre aguas embotelladas superan a la diferencia entre agua embotellada y agua corriente. Aun así, la gente sigue comprando agua en botella, aunque cueste entre 250 y 10.000 veces más por litro que la de grifo. En pocas palabras, el agua segura se ha vuelto tan abundante en el mundo desarrollado que la gente puede permitirse despreciar la de grifo y bebería en botella. Dado que las dos variedades son seguras, el tipo de agua que se bebe se ha convertido en una elección de estilo de vida.

En cambio, para muchas personas del mundo en vías de desarrollo el acceso al agua sigue siendo una cuestión de vida o muerte. Una quinta parte de la población mundial, o, lo que es lo mismo, unos 1.200 millones de personas, carecen en la actualidad de un acceso fiable a agua potable segura. La Organización Mundial de la Salud calcula que el 80 por ciento de todas las enfermedades del mundo se deben a contagios transmitidos por el agua, y que en un momento determinado, cerca de la mitad de los habitantes del mundo en vías de desarrollo padecen enfermedades relacionadas con el agua o unas condiciones sanitarias inadecuadas, como diarrea, anquilostomiasis o tracoma. Se dan unos 4.000 millones de casos de diarrea al año, que provocan 1,8 millones de muertes, un 90 por ciento de ellas entre niños de menos de cinco años. La enfermedad y la muerte no son las únicas consecuencias de la falta de acceso al agua; también obstaculiza la educación y el desarrollo económico. La extensión de las enfermedades hacen que los países sean menos productivos, más dependientes de la ayuda externa y menos capaces de estar por encima del umbral de la pobreza. Según las Naciones Unidas, uno de los principales motivos por los que las chicas no van a la escuela en el África subsahariana es que tienen que emplear mucho tiempo en ir a buscar agua a pozos alejados para transportarla a casa.

Las Naciones Unidas han fijado el objetivo de reducir a la mitad la proporción de personas sin acceso a agua potable y a unas condiciones

sanitarias adecuadas para 2015. Sin embargo, aunque durante las décadas de 1980 y 1990 se realizaron algunos progresos, el ritmo al que se conecta a personas a suministros de agua segura ha bajado desde entonces. Uno de los problemas es que, si bien el acceso al agua sigue mejorando en las zonas rurales, su disponibilidad en las ciudades ha disminuido en numerosos sectores del mundo en vías de desarrollo. El declive es preocupante, dada la irrefrenable tendencia a la urbanización. Los demógrafos calculan que aproximadamente hacia 2007 más de la mitad de la población mundial vivirá por primera vez en ciudades; la humanidad habrá completado una transición de seis mil años: de ser una especie predominantemente rural a una predominantemente urbana. Según datos del Instituto Internacional de

Manejo del Agua, costaría 1.700 millones de dólares más al año, además de lo que ya se gasta en conseguir la mejora en el acceso al agua que desean las Naciones Unidas, mientras que la mejora de las condiciones sanitarias costaría unos 9.000 millones de dólares más al año, una pequeña fracción del total gastado en agua embotellada en las naciones ricas. Sin embargo, solucionar el problema del acceso al agua es cuestión de algo más que dinero. En muchos casos hay también obstáculos políticos. En los últimos tiempos, las disputas sobre derechos del agua, en especial en Oriente Próximo y África, han causado tensiones políticas e incluso conflictos militares.

El agua fue, por ejemplo, un importante factor oculto de la guerra de los Seis Días de 1967, cuando Israel ocupó el Sinaí, los Altos del Golán, Cisjordania y Gaza. Ariel Sharon, que a la sazón era general y después llegaría a primer ministro de Israel, recogió en su autobiografía que, aunque la gente solía considerar el 5 de junio de 1967 el inicio de la guerra de los Seis Días, «en realidad empezó dos años y medio antes, el día en que Israel decidió actuar contra el desvío del Jordán». En 1964, Siria había empezado a construir un canal para desviar dos de los principales afluentes del río Jordán para que no llegaran a Israel. Utilizando una combinación de artillería y ataques aéreos, Israel detuvo las obras en el canal. «Si bien las disputas fronterizas entre Siria y nosotros eran de gran importancia, la cuestión del desvío del agua era un claro asunto de vida o muerte», escribió Sharon. Israel valora los territorios que ocupó en 1967, que le concedieron el control de la cabecera del Jordán, tanto por sus fuentes de agua como por lo que representan desde el punto de vista militar. Los palestinos que viven

en Cisjordania tienen asignado un 18 por ciento del agua del territorio; el resto va a parar a Israel.

Desde ese momento, los políticos de Oriente Próximo han citado el agua como posible causa de futuros conflictos en la región. En 1978, Egipto amenazó con acciones militares contra Etiopía si interfería en el flujo del Nilo, su principal fuente de agua. Cuando Egipto firmó un tratado de paz con Israel en 1979, su presidente, Anwar al-Sadat, declaró que «el único asunto que podría llevar a Egipto a la guerra de nuevo es el agua». Y en 1985, Boutros Boutros-Ghali, a la sazón ministro de exteriores egipcio y luego secretario general de las Naciones Unidas, predijo que «la próxima guerra de Oriente Próximo se librará por el agua, no por política».

No es de extrañar que el agua sea un asunto tan controvertido; los ríos y lagos marcan fronteras internacionales, y al menos diez ríos atraviesan media docena o más de fronteras, de modo que las acciones de un país afectan a otros corriente abajo. Etiopía controla el 85 por ciento de las aguas del Nilo, río arriba respecto de Egipto; la presa de Turquía en el Eufrates le permite controlar el flujo de entrada en Siria. Las inundaciones han llevado a Bangladesh a exigir que la India y Nepal construyan presas río arriba para controlar el flujo de los ríos Ganges y Brahmaputra.

En la árida Asia Central existe el temor de que la creciente escasez de agua provoque un conflicto entre las repúblicas ex soviéticas de Kazajstán, Kirguizistán, Tayikistán, Turkmenistán y Uzbekistán. Otra inquietud es que el cambio climático altere la distribución del agua, provoque inundaciones en algunas zonas y sequías en otras, afecte a la producción agrícola y cause inestabilidad política. Numerosos observadores han sugerido, en consecuencia, que es posible que el agua sustituya al petróleo como bien escaso con más visos de provocar conflictos internacionales.

Con todo, el agua también puede fomentar la cooperación internacional. El acceso al agua es tan fundamental que su gestión a menudo ha obligado a trabajar juntos a estados de otro modo hostiles. El Tratado de la Cuenca del Indo de 1960, que dicta cómo la India y Pakistán deben compartir el agua de ese río y sus afluentes, ha permanecido en vigor a pesar de los repetidos encononazos militares entre las dos naciones. De modo parecido, Camboya, Laos, Tailandia y Vietnam han cooperado en la gestión del Mekong, aunque la región por la que fluye se haya visto asolada por la guerra. Y a finales de los años noventa, los diez belicosos países de la Cuenca del Nilo firmaron un acuerdo de cooperación para la gestión del

agua respaldado por las Naciones Unidas y el Banco Mundial. El agua, al parecer, tiene potencial para ser tanto causa de guerra como catalizador para la paz.

A largo plazo, y dando por sentado que la humanidad se las ingenie para evitar la autoinmolación nuclear, la fundación de colonias en otros mundos, empezando por Marte, también dependerá de la disponibilidad de agua adecuada. Los habitantes de una colonia marciana necesitarán agua para beber y lavarse, cultivar y convertirla en combustible de cohetes, que puede elaborarse separando el agua en sus componentes elementales, hidrógeno y oxígeno. Eso, sumado a la búsqueda de vida extraterrestre (que también se supone dependiente del agua), explica por qué se está invirtiendo tanto esfuerzo en localizar y comprender la distribución del agua en otros planetas del sistema solar. Algunos científicos creen incluso que colonizar Marte es necesario para garantizar la supervivencia continuada de la humanidad. Sostienen que solo convirtiéndonos en una «especie multiplanetaria» podremos ahuyentar de verdad la posibilidad de ser exterminados por la guerra, la enfermedad o la extinción en masa provocada por el impacto de un asteroide o un cometa contra la Tierra. Sin embargo, eso dependerá de que encontremos suministros de agua en otros mundos.

El agua fue la primera bebida que guió el cunio de la historia humana; ahora, diez mil años después, parece que volvemos a los comienzos. Hablar de la colonización de otros planetas parece descabellado, pero sin duda la idea nos es más fácil de comprender a los habitantes del mundo moderno de lo que sería para alguien que viajara en el tiempo desde un poblado neolítico del 5000 a.E.C.: tal viajero no reconocería ningún idioma moderno y sin duda tendría dificultades para entender aspectos de la vida moderna como la escritura, el plástico, los aviones de pasajeros y los ordenadores. Sin embargo, aunque en los milenios transcurridos han cambiado muchas cosas, hay otras que siguen igual. Es seguro que agradecería un vaso de cerveza y reconocería el brindis común para desear buena suerte y el consiguiente ambiente de compañerismo.

A nuestro viajero en el tiempo neolítico, un trago de cerveza quizá le ofreciera una conexión con el futuro; para nosotros, la cerveza es una de las bebidas capaces de proporcionarnos una ventana al pasado. La próxima vez que os llevéis a los labios un vaso de cerveza, vino, licor, café, té o Coca-Cola, pensad en cómo ha llegado hasta vosotros a través del espacio y el

tiempo, y recordad que contiene más que simple alcohol o cafeína: en sus agitadas profundidades también hay historia.

This file was created

with BookDesigner program

bookdesigner@the-ebook.org

25/11/2010