



James del Peloponeso



Ilustraciones/Eugenio Santiago



**E**l cotelé, nombre clandestino del cóctel, es una necesidad de la sociedad moderna. Es también una demostración de su refinamiento. Basta comparar un cóctel de hoy con los que daba el César en Roma. Por cierto que al César lo que es del César y a nosotros lo que venga, pero en innegable que desde entonces mucha agua ha pasado bajo los puentes (o muchos asados han sido comidos).

En todo caso, el cóctel sigue siendo una necesidad. Lo necesita el hombre para excusarse en casa. La esposa para desquitarse e inventar un té con las amigas. El jefe para arrancarse a las 11 de la mañana y el subalterno para descansar del jefe.

Por eso está institucionalizado. Y las instituciones de hoy no serían las mismas sin el cóctel. Por ello debe abogarse por un mejor trato hacia su práctica. Hay que retrotraerlo hacia su conteni-

do original y plantearse algunas preguntas de profundo interés para los comensales, (¿comecócteles?, ¿contertulios?, ¿cócteltulios?, no está claro).

Hay que preguntarse cuál es el verdadero sentido de comunicación que tiene el cóctel. Está, por ejemplo, el problema de las aceitunas. Siempre las hay ¿por qué no nueces, pasas o tunas? Alguien dirá que faltaría lo principal: el cuesco. Es cierto, lo más importante es el

cuesco: estimula nuestro don de gente, nos obliga a taparnos la boca periódicamente y de paso nos permite esconder aquellos bostezos impertinentes o las embarazosas manifestaciones aéreas de la actividad estomacal.



Por otra parte, está el acto cumbre de todo el arte del cóctel (Cock-teil art? ) : pinchar la aceituna. Hay que jugarse el todo por el todo (digo por la aceituna). Todo está preparado de antemano para el espectáculo. El palito es de mero adorno, resiste sí, justo lo necesario como para alcanzar a levantar la aceituna. Después, se hace evidente la fuerza de gravedad y mientras buscamos la maldita aceituna entre los pantalones claros del vecino y los zapatos taco aguja de su acompañante recordamos a Newton, su manzana, el paraíso y la serpiente.

Vista así la situación es imperioso encontrar una solución, como importar desde Taiwán aceitunas sin cuesco (de Japón no, serían chicas y de plástico), podrían ser autoadhesivas o autodeslizantes, con distin-

tos sabores y perfumadas. O, para poner coto a la situación, mejor que un médico finlandés descubra que la aceituna produce cáncer cuando se la come de pie.

Hay que hacer conciencia de los riesgos que involucra un cóctel. Se debe terminar con las anarquías en este sentido, por el bien de toda la humanidad. Cada invitación debería especificar las bondades gastronómicas que se ofrece y, en lo posible, adelantar algo sobre cantidades en peso y volumen, distinguiéndose sólido y líquido. Si será autoservicio con mozos o con mozas, si a discreción o a reacción. A cuántos discursos habrá que someterse, y deseable, una relación discurso/picadillo (lo que podría estandarizarse y hablarse de un factor de efectividad de mandíbula).

También se debe aclarar sobre los vecinos. Si nos toca al lado una promotora de turismo o una pinturita de esas de la tele, bien valdría para neutralizar un discurso acerca del **"Crecimiento sostenido del ingreso per cápita derivado del mayor intercambio promovido por el flujo monetario actual"**. Pero si caemos en el punto geográfico neurálgico del cóctel (léase, medio a medio entre los pierdeteuna) hay que estar sobre aviso, por razones obvias y para sonreír para la foto.

Un elemento importante en el desarrollo del cóctel es la llamada telefónica del anfitrión mayor (el jefe). Cuando la conversa está que arde entra la secretaria, rápida y sigilosa (lo necesario para que todos se percaten) y le dice a media voz **"llamada urgente"** y agrega pa-





ra remachar en tono seco: **"grado 1"** (esas son claves jefe-secretaria), él comprende de inmediato (por algo es el jefe): Se trata de la señora o en su defecto de su propio jefe, para el caso da lo mismo, se debe recibir órdenes.

El condimento de suspenso, ambigüedad y misterio lo pone el personaje que se ha comentado asistirá. El amigo del amigo contó que asistirá el tal ..., el mismo que trabajó allá y se cambió porque ... el que dicen, etc, etc (el etcétera corresponde al autor). El "tal" no aparece. El inicio se retrasa mientras todos esperan pacientemente y los intestinos abogan por mejor suerte. Se conversa de relleno, haciendo largas pausas, como oteando el horizonte, mirando de soslayo hacia las mesas: a punto de cortar las huinchas. Se decide comenzar (atacar). Finalmente, el gran ausente se transforma en un espectro que se esfuma a medida que se llenan los intestinos.

¿Se podrá hablar de paracaidistas en un cóctel? Propiamente no. Todos son como paracaidistas. Se les atiende de pie, a la pasada, se les invita a venir pero no a quedarse, se les da de comer pero no una comida, se les abre el apetito y se le deja entreabierto. Todo se sugiere, nada se define. ¿Y los periodistas?, cómo no, infaltables. No se conoce periodista sin cóctel y viceversa (sobre este prototipo de cocteleros no me extenderé para no caer en abuso de la libertad de opinión, pero mi pensamiento me lo guardaré para un cóctel).

La clave del cóctel: el motivo. Claro, a veces a nadie le interesa. Es lo de menos. En ocasiones surge espontáneo: la distinción de alguien, un ascenso, una despedida, el cumpleaños del

jefe (lo organiza el Sr. Espina). Son originales, con autoridad responsable, con premeditación, gestados en el más secreto de los cuchicheos, "en pro de las mejores relaciones", "para exteriorizar el afecto por". Falso (más que un beso de suegra).

Como siempre en Chile, todo se encuentra malo. El champagne no estaba a punto y escaso a las burbujas, el queso a prueba de municiones y las papas fritas parecían sopaipillas. ¿Algo más? Sí. Cuando se sirvió, a algunos se les miró feo, a otros se les llenó más las copas y a otros tantos se les llamó al orden. Para remate, el discurso del jefe fue para alabar los méritos más abominables: orden, puntualidad, espíritu de sacrificio, lealtad, superación, etc. (hartos espíritus). Resumen: un cóctel así no es para amigos, no estimula.



Moraleja: "Para no sufrir decepciones, nunca piense en el motivo del cóctel".

.... ¡COMA!