

LO QUE NO SE DICE ACERCA DEL PISCO Y OTRAS CONSIDERACIONES

De un tiempo a esta parte, quizá una década y media atrás para ser más preciso, el "boom" del Pisco, así llamado por sus actuales visionarios promotores (restauranteros, bodegueros, dueños de bares cool, etc., etc.), ha venido a cambiar no sólo el método tradicional de "elaboración" a "producción", sino el modo de "beberlo", pasando a "consumirlo", ello, en algunos casos para bien y en otros para mal, siendo quizá este último caso el más nocivo para el pisco, cuyas propiedades pretendo revelar ahora desde mi muy humilde saber y beber ...

Sólo falta que digan o escriban que el mismo Pachacutec había bebido Pisco ... (quizá Chicha sí, pero Pisco no, tampoco hay que exagerar). Dicen unos y escriben otros que ya se mencionaba esta generosa bebida en Los Comentarios Reales; que el Virrey Amat invitó a la Perricholi pisco; que se inventó el "pisco sour" en el Bolívar, en el Maury ... y no sé que tanto más. Miré ud., cómo fuese, la realidad es que acá, y al decir acá quiero decir en Lima e Ica claro está (que me disculpen moqueguanos y arequipeños principalmente por la deliberada omisión), se bebe pisco desde muy antiguo ... antes incluso que naciera el Perú como República. Con esta, que para nada pretende ser una revelación, no se pretenderá decir ahora que al ser una bebida nacida en el Virreinato del Perú, todas las actuales naciones que antes lo integraban, son las que se pueden decir madres del Pisco. Imagine Ud. al Ecuador entrando en este dime que te diré, aduciendo que la Panaca Quiteña ya lo bebía ...

Constatado el hoy incuestionable hecho histórico, importante por cierto que duda cabe, según el cual el Pisco nace, se crea o elabora por vez primera vez en tierras que antes fueron del Virreinato del Perú y ahora son el Perú mismo y, más concretamente la ciudad de Pisco, pasemos a lo que nos convoca que, como ya dije, es el efecto del "boom del Pisco" en su tradicional forma de elaboración y bebida.

De la Producción a la Elaboración

Más allá de la notoria diferencia entre los dos vocablos, el sentido común al oír "producción" evoca de forma instintiva un proceso industrial, masificado e impersonal, más bien mecánico, robótico, digital e incluso contaminante.

"Elaboración", sabe más bien al sentido común como artesanal, delicado, cuidadoso, familiar, íntimo, puro e incluso limpio.

No debo ocultar, como ya se ha debido notar, que mi preferencia es por la "elaboración" y, ello porque aún conservo el sabor del Pisco que se elaboraba en la bodega de una familia muy cercana a la mía, que siempre nos brindó generosamente su Pisco de la Casa, sin Registro de Propiedad Industrial, ni DIGEMID, ni sé que tanto certificado más que se exige hoy en día al pisco que se "produce".

Lo que se ha conseguido o pretende conseguir con este "boom", no es más que una bebida para explotar comercialmente con altos márgenes de utilidad para sus productores, todo ello en perjuicio de la proclamada nacionalización del pisco que cada día parece ser más una quimera que una realidad, toda vez que por sus precios se convierte en un producto excluyente para las mayorías nacionales.

A casi diez dólares por botella de pisco, me refiero claro está a las más baratitas, el peruano de a pie y sobre todo los jóvenes (futuros contribuyentes y clientes consumidores) opta por comprar una caja de cerveza; una botella de "Habana Club (de litro)" o una botella de "Jhonnie Walker rojo". En estas condiciones cómo pretenden convertir a pisco en bebida

nacional? El problema no es entonces que los vecinos del sur sigan produciendo su aguardiente de uva, o que los gallegos sigan disfrutando de su orujo, el problema es que la llamada “bebida nacional” cada día lo es menos, porque su precio es inaccesible a las mayorías nacionales.

Pregunto, cuánto de “marketing” hay detrás de cada botella de pisco y, cuánto del costo lo representa la “utilidad”; no digo, claro está, cuánto de impuesto lleva cada botella y cuánto cuestan las certificaciones que hoy se exigen.

Somos testigos mudos de una vertiginosa y alocada carrera por “ganar mercados”, y contemplamos en los escaparates “piscos” de 30°, 36° y 42° volúmenes?; e intuyo que en breve nos enfrentaremos al “pisco light” (bajo en calorías); o una botella de pisco que con hermosas letras deje leer, “una vez abierto consérvese refrigerado a + 2° ”.

Del Consumir al Buen Beber

Pero el marketeo ha ido no sólo a variar el modelo de la botella, ha llegado incluso a presentar una copa según la cual el “consumo” del pisco se disfrutaría de mejor manera. Esto último es poco más que un exceso, cuando la dichosa copa no es más que una versión minimalista de copas de vino que se pueden adquirir en cualquier cristalería del hemisferio norte. Pero eso no es todo, el intento de ponerle “frac” a hecho obligatorio su consumo en comilonas palaciegas y convites diplomáticos, pero eso sí, en su versión nada nacional de “sour”, esto por que nadie imaginaría servirlo en su versiones nacionales de capitán, chilcano o simplemente puro.

Desde cuándo yo recuerdo, el pisco se bebía en reuniones familiares y amicales, en los barrios los mayores lo bebían casi siempre puro y los demás en combinación con aguas gaseosas blancas o negras, según el gusto de cada quien. Se trataba de una práctica ajena al rito, a la ceremoniosidad y elegancia que hoy pretende acuñársele.

Que siempre fue una bebida ajena a las clases pudientes era sólo el reflejo de una realidad, era barato (pero bueno) y lo bebía el pueblo llano porqué estaba al alcance de sus bolsillos y, como siempre ocurre, las clases acomodadas se preocupaban, como hoy ocurre con otros productos, de consumir bebidas más caras para diferenciarse por el consumo de todos los que no integran su clase social.

Lo que se ha hecho hoy es aburguesar el pisco, haciéndolo prohibitivo para gran mayoría de peruanos y convirtiéndolo en un producto de consumo de unos pocos privilegiados siempre atentos a la moda y al consumismo como señal de status. Lo malo de todo esto es que las modas pasan y con ellas muchos “emprendedores” podrían terminar sus faenas con profundos silencios del respetable, como el que vaticino para la copa de moda, que a pesar de la inmensa publicidad, sus constantes rebajas de precio y las promociones, “no pega”, y seguro termina ofreciéndose como regalo dentro de la caja del pisco de su fabricante.

Sigo en la idea de alejarnos de la actual producción y consumo, para volver sobre la elaboración y el buen beber de antaño, método y conducta verdaderamente nacionales que, ajenos a formalismo, caracterizaban la bebida nacional preferida por el peruano de a pie.

Pero estos comentarios no serían completos si dejo mencionar a los “cofrades” y “catadores”. La primera es una práctica que viene de Europa y consiste en la reunión de gentes con fines particulares (religiosos o de sectas, casi siempre) para “guardar” (se refiere a conservar o mantener) un uso o una costumbre que se va perdiendo con el paso del tiempo. La segunda en

cambio es una práctica más moderna, que hace muy poco también se ha puesto de moda cuando de pisco se trata y, exige hablar hoy de “color”, “bouquet” y “cuerpo”.

Los cofrades son una versión “sofisticada” de los “socios” de clubes como el Boca Negra, el Musical Unión, el Pinglo o, de “parroquianos” de bares limeñísimos como el Cordano, el Queirolo, el Pizelli o el Juanito.

De la “cata” poco que decir ... es sabido por todos que “el pisco se besa” y, es precisamente ahí, como si de cualquier beso se trata, que se sabe si es bueno o no. Luego del beso, como es natural vienen las “lágrimas”, que deben ser gruesas y cristalinas y deben caer suavemente al fondo dejando una estela que es el testimonio físico del buen sabor. En tanto, ya el olfato se ha deleitado con el aroma, dando testimonio que el beso que dimos y la lágrima que vimos, son de un buen pisco peruano.

Palabras finales

Esto se escribe más por necesidad que por deseo, con el único propósito de difundir una palabra disonante, dónde todo parece uniforme y envuelto en un espiral mercantilista, consumista, impersonal y temporal.

Este no es un llamado a hacer un boicot en contra de quienes “producen” pisco en depósitos de acero quirúrgico y lo “consumen” en copas de moda y vestidos con frac, cada quien es libre de consumir el pisco que desee y de beberlo en la copa que desee vestido como desee, esta es una apología al pisco de antaño, que se elaboraba y bebía por una gran mayoría de peruanos en medio de jaranas con guitarra y cajón o en una amena tertulia y que, con estas nuevas “formas”, se está despopularizando y con ello desnacionalizando, en beneficio de quienes pretenden adueñarse de él.

Ojalá que por causa de nuestra actual miopía no tengamos que preguntarnos en unos años cuándo perdimos el pisco, o cuál de nuestros vecinos se lo llevó, por qué una vez más habremos sido nosotros mismos los que lo hayamos extinguido.

Gustavo Adrianzén.

Lima, septiembre 14 de 2006.