Monjas y cerveza

PALABRA EN EL TIEMPO

Alejandro V. García

A los periódicos llegan con frecuencia estudios científicos que contradicen las convicciones tradicionales, en particular las relativas a la alimentación. En realidad, llegan por decenas y ostentan encabezamientos deslumbrantes. El jueves, sin ir más lejos, supimos lo siguiente: el lúpulo contenido en la cerveza retrasa el envejecimiento, según un estudio realizado con monjas de clausura. La noticia, expuesta en estos términos, causa una fascinación irresistible, no tanto por las ventajas de la cerveza sino por el espléndido resultado de combinar tres ingredientes morales: el pecado (aquí representado por el alcohol), la virtud (la vocación religiosa) y la frugalidad y la templanza (la clausura). Lo primero que llama la atención, claro, es que el estudio ha sido patrocinado por el Centro de Información Cerveza y Salud, es decir, por una corporación dedicada exclusivamente a divulgar las excelencias de esta rica bebida y que, supongo, eludiría la exposición de resultados adversos.

Eso sí, también podría venir patrocinada por un consorcio de conventos católicos o por una fundación dedicada a captar vocaciones religiosas bajo el lema (perdón por el doble sentido) “El hábito de la cerveza”. De hecho, si leemos el artículo nos enteramos en primer lugar de que el experimento se ha hecho sobre 50 monjas de tres conventos cistercienses de León a las cuales se les suministró una dieta de 500 miligramos diarios de cerveza durante 45 días. “La cerveza sin alcohol”, dice el ponente, “retrasa el envejecimiento”, Y luego apostilla: “Tanto las cervezas negras como las rubias poseen valores similares”. ¡Qué se creían! Ahora bien, con un poco de imaginación, y a fuerza de mezclar variables, se podrían componer otros titulares no menos ciertos: la vida monacal favorece la ingestión moderada de cerveza; el celibato y el consumo de alcohol demoran las lacras de la vejez, o incluso las hermanas de la orden cisterciense, las que mejor aprovechan las ventajas de la cerveza.

Dado que el periodismo actual cada vez se basa más en el espectáculo y el deslumbramiento, podríamos componer un friso de espléndidos titulares cuya capacidad de persuasión empieza y termina en una docena de palabras. Hace una semana, la Universidad de Granada apoyó la exposición de otro estudio sobre cerveza, pero sustituyó a las monjas por deportistas, aunque las conclusiones eran similares. Obviamente el informe estaba apoyado por la asociación de Cerveceros Españoles.

Mezclando ambos obtendríamos una sugerente conclusión: La persona ideal sería una monja que corre a diario por el atrio de un convento cisterciense y bebe cerveza con mesura.