

La cocina de Teresa

Mariano Martín Gordillo



Un caso sobre alimentación,
automatización y empleo



La cocina de Teresa

Un caso sobre alimentación,
automatización y empleo

Mariano Martín Gordillo



Organización
de Estados
Iberoamericanos
para la Educación
la Ciencia
y la Cultura



Organización
de Estados
Iberoamericanos
para la Educación,
la Ciencia
y la Cultura

Secretario General
Francisco Piñón

Secretaría General Adjunta
M^a del Rosario Fernández Santamaría

Director General de Programación
Hugo Camacho

Director General de Cooperación Técnica Concertada
Mariano Jabonero Blanco

*Coordinador del Programa "Ciencia, Tecnología,
Sociedad e Innovación"*
Juan Carlos Toscano

Primera edición: 2005

© Organización de Estados Iberoamericanos
para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), 2005
Bravo Murillo, 38
28015 Madrid
España
Teléfono: 915944382
<http://www.oei.es/>
Correo electrónico: oeimad@oei.es

© Mariano Martín Gordillo, 2005

Ilustraciones de portada: Mariano Martín Gordillo

DISEÑO Y GESTIÓN EDITORIAL
ESTUDIO GRÁFICO de
Editorial Grupo Norte
C/ JUAN XXIII, 2 BAJO
33205 GIJÓN (ASTURIAS)
España
Teléfono-Fax: 985398257

Imprime
Línea 2015, S.L.

ISBN: 84-7666-176-2
ISBN Colección: 84-7666-167-3
Depósito Legal: M-21464-2005

Se permite la reproducción total o parcial de esta obra, siempre
que se destine a fines educativos y no conlleve lucro comercial,
citándose expresamente la procedencia como fuente original.

La cocina de Teresa

Prólogo	7
Simulaciones CTS y educación para la participación	9
Guía didáctica	15
Materiales para el desarrollo de la simulación en el aula	
1) La noticia inicial (Documento 1)	29
2) ¿Qué sabemos y opinamos sobre el tema? (Documento 2)	33
3) Orientaciones para los equipos	
Documento 3.1: Orientaciones para el equipo de los herederos de La Cocina de Teresa	37
Documento 3.2: Orientaciones para el equipo de McExpresss	38
Documento 3.3: Orientaciones para el equipo del Círculo Gastronómico y Cultural	39
Documento 3.4: Orientaciones para el equipo de los meseros de La Cocina de Teresa	40
Documento 3.5: Orientaciones para el equipo de los cocineros de La Cocina de Teresa	41
4) Documentos polémicos (ficticios):	
Documento 4.1: Testamento de Don Alberto	45
Documento 4.2: Oferta de McExpresss	46
Documento 4.3: Artículo de Los Papeles Cartageneros	47
Documento 4.4: Testimonio de un emprendedor	49
Documento 4.5: Reportaje en El Viajero	51
5) Cuestiones para fundamentar la decisión (Documento 5)	55
6) Indicaciones y pautas para el trabajo y la evaluación de los equipos:	
Documento 6.1: Indicaciones para participar en la controversia	59
Documento 6.2: Pautas para el trabajo de los equipos	64
Documento 6.3: Plan del trabajo de cada equipo	66
Documento 6.4: Protocolo de evaluación	67
7) Informaciones complementarias sobre el tema:	
Documento 7.1: Automatización y alimentación	71
Documento 7.2: Los restaurantes de comida rápida	73
Documento 7.3: McDonalización, automatización y deshumanización	76
Documento 7.4: Consumo de masas e identidad cultural	78
Documento 7.5: McDonald's y los niños	81
Documento 7.6: ¿Por qué las patatas fritas saben bien?	84
Documento 7.7: Las franquicias de los restaurantes de comida rápida	87
Documento 7.8: Hábitos alimentarios y hábitos agrarios	91
Documento 7.9: Cocina tradicional, nueva cocina y cocina iberoamericana	96
Documento 7.10: Los orígenes de la cocina cartagenera	99
Documento 7.11: Los empleos en un restaurante	101
Documento 7.12: Los nuevos chefs	103
Documento 7.13: ¿Quién cocina tu menú?	104
Documento 7.14: Dos visiones sobre la precariedad en el empleo	108
Documento 7.15: Algunos sitios interesantes en Internet	110

1968 es un año emblemático en muchos sentidos. Todos conocemos bien su significación política - como primavera contracultural que contribuyó a modernizar nuestros sistemas, abriendo paso a la conciencia de las nuevas realidades sociales y desafíos políticos. Los movimientos sociales que cobraron impulso en esa fecha, y en la década que la enmarca, el movimiento antinuclear, el ecologismo, las protestas contra la guerra de Vietnam, el feminismo, el levantamiento obrero y estudiantil, etc. no sólo pedían un mundo más justo y más libre; hacían también de la ciencia y la tecnología, percibidas como instrumento al servicio de ricos y poderosos, el blanco de sus críticas. Se cobraba conciencia del extraordinario papel del conocimiento científico y el desarrollo industrial de base tecnológica en las formas de vida de las personas y la transformación del medio ambiente.

Pocos años antes, en 1964, se había fundado en Edimburgo la *Science Studies Unit*, un grupo de trabajo inspirado por el debate en torno a las “dos culturas” de C.P. Snow, que en pocos años revolucionó el estudio académico de la ciencia gracias a su conocido “programa fuerte”. David Edge, su fallecido fundador, Barry Barnes o David Bloor son algunos de los autores que con más vigor han impulsado ese programa. La ciencia, y más tarde la tecnología, comienzan entonces a ser entendidas como procesos sociales movidos por intereses y orientados por valores, como una parte propia de la sociedad, extraordinariamente útil y fascinante sin duda, pero también sujeta a incertidumbres y servidumbres externas. El impulso académico del grupo de Edimburgo, y los nuevos aires renovadores creados por los anteriores movimientos sociales, son el origen de lo que hoy conocemos como enfoques CTS.

Hay, sin embargo, otro elemento fundamental para comprender estos enfoques: la dimensión educativa. 1968 es también la fecha del primer “libro CTS”, *Public Knowledge*, de uno de los autores que más insistió en llevar estas nuevas ideas al ámbito de la educación. Se trata del físico de origen neozelandés John Ziman, recientemente fallecido en su Inglaterra de adopción. Vinculado desde 1964 a la Universidad de Bristol como catedrático de física teórica, y miembro de la *Royal Society*, Ziman realizó contribuciones a la teoría de los metales líquidos antes de dirigir su atención a los aspectos sociales de la ciencia y la enseñanza de la ciencia en contexto. En este campo, junto con su segunda mujer Joan Solomon, ha sido un referente internacional en las últimas décadas. Su último libro, *¿Qué es la ciencia?*, original de 2000, apareció en 2003 en castellano en Cambridge University Press.

El profesor Ziman murió en enero de 2005. Sin embargo, el movimiento que Ziman, Edge y tantos otros contribuyeron a poner en marcha, los enfoques CTS y sus usos en educación, sigue creciendo y con buena salud. Esta colección de libros es una muestra de ello. Es también testimonio de otras cosas que fueron objeto de las críticas del inquieto y renacentista Ziman - como lo ha llamado Jerry Ravetz en su obituario. Es testimonio del peligro de algunas rígidas divisiones tradicionales en el mundo de la enseñanza: de la división entre el mundo de la universidad y el de la enseñanza secundaria, de la división entre la esfera de la investigación y la del desarrollo educativo, de la división entre el ámbito de los hechos y el de los valores, entre la clase de ciencias y la clase de sociales o humanidades, de la división del conocimiento, en resumen, en dos esferas o culturas separadas entre sí.

Este humilde y breve homenaje al profesor Ziman, en vindicación de su legado y del valor de los enfoques CTS, es también una expresión de reconocimiento a Mariano Martín Gordillo y el Grupo Argo de Renovación Educativa, un grupo de filósofos interesados por la ciencia y empeñados en mejorar su enseñanza a través innovadores experimentos educativos como las “simulaciones CTS”. Gracias a la generosa y decidida colaboración de la Organización de Estados Iberoamericanos y Juan Carlos Toscano Grimaldi, mediante el apoyo a esta colección y otras muchas iniciativas de la difusión de la educación CTS en la región, el Grupo Argo amenaza de nuevo con sacudir los espíritus indolentes rompiendo barreras entre tradiciones e instituciones educativas, haciendo de la clase de ciencias un lugar para opinar y para pasarlo bien. La ciencia y la cultura científica son demasiado importantes en nuestros días como para tomarlas a la ligera.

José Antonio López Cerezo

Director del Departamento de
Filosofía de la Universidad de Oviedo
Coordinador de la red CTS+I de la OEI

SIMULACIONES CTS Y EDUCACIÓN PARA LA PARTICIPACIÓN

Mariano Martín Gordillo¹
Juan Carlos Toscano Grimaldi²

La formación para la ciudadanía democrática sigue siendo, a comienzos del siglo XXI, uno de los retos educativos más importantes. En ello están de acuerdo todos los actores involucrados en el ámbito educativo. También hay un notable consenso en la idea de que la formación de los individuos no debe consistir únicamente en el aprendizaje conceptual de los saberes desarrollados en el pasado, sino que debe incluir también el desarrollo de las capacidades que les permitan afrontar los desafíos del futuro. El ritmo de cambio social y del desarrollo tecnocientífico no permite confiar en que los saberes adquiridos en la formación escolar garanticen, por sí solos, las competencias necesarias durante la vida de las personas, tanto como profesionales, como ciudadanos.

Es necesario, por tanto, que la educación incorpore nuevas estrategias orientadas a la formación ciudadana. La ciudadanía no es un saber que se aprenda de manera conceptual al margen de la vida social. Aprender a participar en las sociedades democráticas supone tomar parte desde las instituciones educativas en procesos de toma de decisiones contextualizadas en los problemas del presente y del futuro.

Romper las tradicionales dicotomías entre los saberes y los valores, entre lo teórico y lo práctico, entre los expertos y los profanos, entre los campos tecnocientíficos y los humanísticos, son también condiciones necesarias para una renovación educativa orientada a la formación de la ciudadanía. La interacción entre Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS), que resumiría tales propósitos, está siendo en los últimos años un objetivo compartido desde distintos ámbitos. Las políticas de desarrollo científico y tecnológico (Declaración de Budapest³, Declaración de Santo Domingo⁴ ...), las líneas de investigación en didáctica de las ciencias (alfabetización científica, formación científica para la ciudadanía...) y muchas reformas educativas recientes (inclusión de contenidos CTS en materias científicas, creación de asignaturas con ese perfil en muchos países...), comparten esa idea de que la enseñanza de la ciencia y la tecnología debe estar contextualizada en lo social y de que la sociedad actual no se puede entender sin referencia a la ciencia y la tecnología. Por ello, una verdadera formación para la ciudadana no puede plantearse al margen del desarrollo tecnocientífico, ni tiene sentido una educación tecnocientífica que no incluya el aprendizaje de la participación en decisiones con importantes consecuencias sociales y ambientales.

Pero esta necesidad de propiciar cotidianamente el aprendizaje de la participación en las aulas no es reivindicada solamente por los investigadores y los administradores de la educación. Los propios docentes hace tiempo que sienten también la necesidad de renovar en esa dirección sus prácticas de enseñanza. No faltan inquietudes para promover una educación para la participación en clave CTS. Si acaso, faltan materiales adecuados para ello. Materiales educativos que hagan posible aprender a participar y no sólo aprender que se debería participar.

¹Profesor de Enseñanza Secundaria en el IES "Nº 5" de Avilés y coordinador del Grupo Argo.

²Coordinador del Programa CTS+I de la Organización de Estados Iberoamericanos.

³<http://www.campus-oei.org/salactsi/budapestdec.htm>

⁴<http://www.campus-oei.org/salactsi/santodomingo.htm>

Este es, precisamente, el sentido de los diez libros de la serie *Educación para participar: materiales para la educación CTS*, a la que pertenece el que aquí se presenta. Materiales educativos que pueden ser caracterizados del siguiente modo:

- Están diseñados para ser utilizados en aulas cooperativas y participativas.
- Buscan el necesario equilibrio entre la flexibilidad que permite al docente adaptarlos a su propio contexto y el sistematismo presidido por una organización lógica y finalista.
- Contienen propuestas de trabajo de carácter semiabierto que facilitan y apoyan la construcción por los alumnos de sus procesos de aprendizaje.
- Tienen una organización didáctica decididamente interdisciplinar.
- La relevancia social de los temas tratados es central en la organización de los contenidos y en las informaciones con los que se trabaja.
- Están plenamente orientados al aprendizaje de la participación en procesos de negociación y toma de decisiones relacionadas con el desarrollo tecnocientífico.
- Promueven la búsqueda de nuevas informaciones, argumentos y recursos por medio de las nuevas tecnologías de la información.
- Permiten distintos niveles de lectura y trabajo por lo que, habiendo sido diseñados para la educación secundaria, podrían ser utilizados también en el nivel universitario.
- Se centran en controversias valorativas sobre la ciencia y la tecnología superando el tópico de que la actividad tecnocientífica es axiológicamente neutral.
- Niegan las tradicionales fronteras entre el aula, la actividad tecnocientífica real y sus consecuencias para la sociedad y el medio ambiente.
- Incorporan la dimensión lúdica y creativa en el trabajo cotidiano en el aula, superando el prejuicio según el cual los contenidos tecnocientíficos no pueden ser tratados de manera motivadora para los alumnos.

Ésas son algunas de las notas definitorias de los libros de esta serie. Aunque todos están orientados a promover el aprendizaje de la participación social en el desarrollo tecnocientífico, los temas tratados en cada uno son muy diversos:

- *La vacuna del SIDA. Un caso sobre salud, investigación y derechos sociales.*
- *El contrato del dopaje. Un caso sobre deporte, farmacología y valoración pública.*
- *Las antenas de telefonía. Un caso sobre radiaciones, riesgos biológicos y vida cotidiana.*
- *Las plataformas petrolíferas. Un caso sobre energía, combustibles fósiles y sostenibilidad.*
- *El proyecto para el Amazonas. Un caso sobre agua, industrialización y ecología.*

- *La basura de la ciudad. Un caso sobre consumo, gestión de residuos y medio ambiente.*
- *La ciudad de Ahormada. Un caso sobre urbanismo, planificación y participación comunitaria.*
- *Las redes del tráfico. Un caso sobre movilidad, gestión del transporte y organización del territorio.*
- *La cocina de Teresa. Un caso sobre alimentación, automatización y empleo.*
- *La escuela en la red. Un caso sobre educación, nuevas tecnologías y socialización.*

Esta serie de libros recorre, por tanto, desde los ámbitos propios de las ciencias naturales y las tecnologías materiales (medio ambiente, investigación farmacológica, salud...) hasta los correspondientes a las ciencias sociales y las tecnologías de organización social (urbanismo, empleo, educación...). Cada uno de ellos se centra en una controversia en la que se plantea un problema relacionado con el desarrollo tecnocientífico que entraña una decisión abierta con importantes consecuencias sociales. Para hacer posible que cada caso permita la participación efectiva de los alumnos en su resolución se diseña una situación simulada en la que, a partir de un problema verosímil, se sitúan varios actores sociales con posturas, intereses y valores diferentes. La búsqueda de informaciones y argumentos en favor de las diferentes posiciones, que en el aula estarán encarnadas por diferentes equipos, y su exposición y confrontación pública, son el hilo conductor de las actividades en el aula. Finalmente, la controversia se resolverá con la decisión sobre el problema planteado, que se adoptará buscando el mayor consenso entre los diferentes puntos de vista o aceptando la propuesta que haya sido defendida con mejores argumentos para el interés público.

La red de actores que configuran cada simulación se ha diseñado manteniendo el necesario equilibrio entre las posturas para permitir un aprendizaje real en el aula de las formas de participación social. El objetivo de estas actividades no es, por tanto, mostrar el carácter poco participativo o escasamente democrático de algunas de las decisiones que se dan en las controversias reales relacionadas con el desarrollo tecnocientífico. Ésa será, quizá, alguna de las conclusiones que los propios alumnos extraerán tras su participación en este tipo de simulaciones.

El objetivo es crear en el aula escenarios democráticos propicios al fomento de la participación pública en los cuales se pueda aprender a participar. A participar se aprende participando y, para ello, las aulas pueden ser lugares muy apropiados para que los futuros ciudadanos tomen parte en controversias en las que el valor de la información y los argumentos, la responsabilidad social y ambiental, la voluntad de negociar los disensos y de consensuar las decisiones, sean algunos de los aprendizajes más importantes en el proceso de una verdadera formación para la participación democrática en las decisiones relacionadas con la ciencia y la tecnología.

En este libro, además de la guía didáctica en la que el docente encontrará indicaciones sobre la forma en que pueden ser utilizados estos materiales, se incluyen una serie de documentos para los alumnos organizados de modo que faciliten su uso en el aula. Una noticia inicial (*documento 1*) que, supuestamente, habría aparecido en un periódico abre la contro-

versia presentando los aspectos principales de la misma. Un cuestionario (*documento 2*) que puede ser utilizado al comienzo y al final de la simulación para conocer las variaciones en las ideas y actitudes de los alumnos ante el tema. Unas orientaciones (*documentos 3*) que definen el perfil de cada actor social y sugieren el tipo de investigaciones que puede desarrollar cada equipo para defender su postura en el debate. Varios documentos polémicos (*documentos 4*) que completan la información de la noticia inicial y desarrollan de forma verosímil argumentos e informaciones que podría utilizar cada actor social en la controversia. Un cuestionario (*documento 5*) que permitirá centrar el debate y facilitará la decisión final. Indicaciones y pautas (*documentos 6*) que guiarán el trabajo de los equipos y facilitarán los procedimientos para su evaluación. Por último, una serie de informaciones complementarias (*documentos 7*) que profundizan en el tema y pueden ser utilizadas por los alumnos como primera fuente de información. El último de los documentos que se incluye es una relación de sitios de Internet en los que se puede encontrar más información relacionada con el tema de la controversia⁵.

Los diez casos simulados que componen esta serie son fruto de un largo trabajo colectivo. Se trata de una propuesta educativa en la que vienen trabajando sus autores, todos miembros del grupo Argo⁶, desde mediados de los años noventa. Asimismo, desde el año 2000 ha tenido una intensa proyección internacional a través de diversas iniciativas para la educación CTS, promovidas por el área de Ciencia⁷ de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). Entre ellas cabe destacar el uso de algunos casos simulados en el curso de formación a distancia sobre el enfoque CTS que promueve la OEI⁸. Cerca de mil docentes iberoamericanos han participado ya en ese curso y, por tanto, han experimentado en muchas de sus aulas los materiales que han sido la base de los que ahora se publican. Varios de estos casos simulados han sido experimentados también por docentes de distintas especialidades en aulas de Educación Secundaria de ocho Comunidades Autónomas españolas en el marco de un proyecto financiado por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT)⁹.

Estos materiales responden, por tanto, al esfuerzo colectivo de diversos investigadores, organizaciones de cooperación y docentes en activo. Pero la publicación de estos diez libros no es un punto de llegada. Más bien es una oportunidad para abrir en el ámbito español y latinoamericano nuevas fórmulas de desarrollo curricular y formación docente ligadas a la práctica. Los desafíos del siglo XXI obligan a poner en marcha innovaciones en las que la educación tecnocientífica se vincule con las necesidades y preocupaciones de la sociedad. Se pretende, así, favorecer la aparición de nuevas vocaciones hacia la ciencia y generar hábitos participativos en relación con la actividad tecnocientífica. El mejor destino de estos materiales sería, por tanto, propiciar la innovación en las aulas y el fortalecimiento de una nueva profesionalidad docente comprometida con la participación ciudadana en los temas tecnocientíficos.

⁵Además, en <http://www.grupoargo.org/casosCTS/> se encontrará más información sobre cada caso simulado.

⁶<http://www.grupoargo.org>

⁷<http://www.oei.es/ctsi9900.htm>

⁸<http://www.campus-oei.org/ctsi/cursovirtual.htm>

⁹Algunos de los resultados de ese proyecto han sido publicados en M. Martín Gordillo y C. Osorio (2003): "Educar para participar en ciencia y tecnología. Un proyecto para la difusión de la cultura científica". Revista Iberoamericana de Educación, Nº 32, pp. 165-210. En línea en: <http://www.campus-oei.org/revista/rie32.htm>

La cocina de Teresa

Guía didáctica

PRESENTACIÓN

Las formas de producción, las formas de empleo y las formas de vida tienen una gran relación entre sí. Y no sólo porque la mayoría de los ciudadanos son trabajadores y consumidores, sino también porque en las sociedades contemporáneas, la configuración de esos tres ámbitos está notablemente influida por el desarrollo tecnológico. Los procesos de mecanización y automatización hace tiempo que tienen importantes efectos en la producción industrial y han modificado sustancialmente la cantidad y el tipo de empleos. Además, esos procedimientos, originarios de los procesos de producción, se han prolongado en formas de organización de la distribución y estandarización de los productos creando hábitos de consumo que han afectado también de modo importante a las formas de vida y de ocio de las personas. El hábito de acudir a los grandes centros comerciales, en los que el consumidor va llenando su carrito para después pagar con su tarjeta de crédito (o con dinero que ha obtenido de un cajero automático) y llevar la compra a su automóvil (cuyo tanque de combustible habrá llenado también por sí mismo) sin olvidar finalmente dejar colocado el carrito vacío a fin de recuperar su moneda, configuran un ejemplo típico de esos modos de vida, característicos de las sociedades urbanas en las que la automatización y la supresión de diferentes figuras laborales han alcanzado un alto nivel.

Pero quizá sea en la alimentación, donde estos procesos de automatización suponen transformaciones más significativas porque implican una modificación radical de costumbres muy enraizadas en cada contexto cultural y social. Los alimentos precocinados y los productos estandarizados están cambiando los hábitos de alimentación en muchos hogares en el mundo. Dicha modificación tiende, además, hacia la homogeneidad. Los alimentos más universalizables son los más exitosos en los centros comerciales. Incluso algunos platos con gran identificación local se han convertido en universales por el hecho de ser fácilmente transferibles y automatizables sus procesos de elaboración y distribución; la italianísima y mundialísima pizza puede ser un buen ejemplo.

Pero además de los centros comerciales existen otros lugares públicos de pedagogía gastronómica muy afectados por los procesos de automatización y estandarización: los restaurantes. En estos establecimientos se viene asistiendo a una gran transformación desde los pequeños negocios familiares, muy vinculados con una determinada tradición cultural, hasta los locales de las grandes cadenas de comida rápida, en las que se siguen procedimientos preestablecidos para ofrecer iguales productos al cliente del local franquiciado de Lima que al de Nueva York o Moscú. Sin duda, tales procesos tienen importantes efectos sobre las formas de empleo en esos locales, que no dejan de ser un modelo del tipo de transformación laboral al que se asiste en otros servicios. Pero, además de los efectos laborales, también suponen cambios paradigmáticos en las formas de vivir el ocio y en la vivencia de las tradiciones culturales por las nuevas generaciones. Con la comida rápida se sirve también una pedagogía rápida que forma individuos ciegos sobre lo que sucede más allá del mostrador frente al que hacen cola. O al menos individuos deslumbrados por las luces de neón con que se anuncian las ofertas *urbi et orbe*, bajo los dibujos totémicos de los logotipos que identifican a este tipo de empresas en todo el mundo.

La educación ha de enseñar muchas cosas útiles para la vida, pero además ha de permitir comprender cómo funciona la vida, cómo ciertas formas de organizar la producción y el trabajo afectan a nuestras vidas de un modo sustancial. Es necesario que los individuos aprendan a comprender y a participar en las decisiones sobre los procesos en los que están involucrados como ciudadanos de una comunidad social, como trabajadores y como consumidores. Un restaurante es un buen lugar para intentar comprender ese complejo entramado. Las transformaciones que se producen en estos establecimientos y las decisiones relacionadas con ellas son también buenos ámbitos en los que ejercitar el aprendizaje social de la participación pública en las decisiones sobre estos procesos.

Un restaurante ligado a una tradición cultural determinada, en trance de ser transformado en un establecimiento de comida rápida de una gran cadena internacional, podría ser un buen ejemplo de los efectos de los procesos de automatización sobre el empleo y, a la vez, sobre los hábitos alimentarios. Este caso, así enunciado, describe una historia que ya ha sucedido en multitud de lugares. Sin duda, la magnitud de las fuerzas en disputa no es equiparable. Nunca el pequeño restaurante tradicional podría resistir la presión de la multinacional. Por eso, estos procesos se presentan como inevitables y ajenos a todo posible control público sobre la dirección de esos cambios. Sin embargo, nada impide que en el contexto educativo se estudien con detenimiento estos procesos partiendo de situaciones ficticias en las que poder analizar, evaluar y decidir sobre las posibles opciones, sin que los contendientes imaginarios se hallen en condiciones de desigualdad.

Supongamos que dicho restaurante recibiera la oferta de una cadena internacional para ser transformado en uno de sus establecimientos de comida rápida. Pero imaginemos que esa oferta no aplasta inexorablemente con su dinero la voluntad de los actores implicados en nuestro pequeño restaurante tradicional. Supongamos que quien ha de decidir no es sólo el propietario del restaurante, sino también sus empleados. ¿Cómo crear semejante ficción? Pues imaginando que ese restaurante está ubicado en un lugar tan mágico como Cartagena de Indias. Imaginando también que el restaurante es uno de los más afamados de la ciudad y que su propietario acaba de fallecer. En el testamento habría puesto una cláusula que impediría que la solución de este caso fuera tan mecánica y automática como los propios procesos de producción de las grandes empresas de alimentación. Por esa cláusula, sus hijos, como herederos del restaurante, no podrían tomar ninguna decisión sobre el futuro del mismo sin contar con el acuerdo de quienes trabajan en él. Asimismo, el testamento establece que, para tomar cualquier decisión, se ha de tener también en cuenta la opinión de un círculo gastronómico y cultural que, desde hace décadas, tiene en ese restaurante su lugar de encuentro.

Podemos imaginar que entre los propios trabajadores del restaurante habría distintas actitudes frente a la oferta de la multinacional. Para los cocineros sería el fin de su actividad profesional, por lo que no estarían dispuestos a aceptar ninguna oferta económica ni laboral que suponga cambios en su actual trabajo. Los meseros son más jóvenes y ven en la nueva empresa mejores oportunidades de promoción laboral. Los del círculo gastronómico y cultural defenderían la importancia del restaurante para la identidad cultural y se opondrían radicalmente al establecimiento de comida rápida, que encarna, así, los planteamientos de los intelectuales más críticos con el fenómeno de la globalización.

Con este planteamiento del problema, los hijos del propietario fallecido serían quienes han de garantizar que exista un debate abierto, transparente y racional en busca de la mejor solución para todos los afectados, sabiendo que ninguna solución será válida si no es aceptada por la mayoría. Tienen ante sí un gran reto: hacer posible que la decisión final sea fruto de la negociación y el consenso entre todos los implicados en esta controversia en cuyo trasfondo se sitúan las implicaciones sociales y culturales de las nuevas formas de producción y de organización del trabajo, en este caso, en el sector de la alimentación.

Plantear en el aula una controversia simulada a propósito del futuro de un restaurante puede ser un buen modo para analizar y comprender las diversas variables presentes en este tipo de procesos. El hecho de que la situación se plantee de modo ficticio permite controlar y equilibrar las posturas, a fin de que sea posible poner de manifiesto las diversas razones y elementos técnicos implicados en la controversia. Pero también para mostrar los valores, intereses y motivaciones que se enfrentan en el dilema entre unas formas de consumo, trabajo y cultura tradicionales y las que se están presentando con fuerza como su principal alternativa de futuro.

La decisión colectiva sobre el futuro de ese restaurante ficticio puede ser un buen modelo para desarrollar análisis y razonamientos, que pueden ser transferidos a la comprensión de otros ámbitos en los que las formas de vida y el empleo están siendo también intensamente afectados por las modificaciones en la organización de los procesos de producción y consumo.

CONTEXTUALIZACIÓN

Las formas de organización de los establecimientos de comida rápida están avaladas por su éxito en la realidad. Su proliferación en todo el mundo demuestra su apoyo social. Sin embargo, en el caso simulado que se propone se plantea todo el dramatismo de su pugna con las formas tradicionales de restauración. El dilema que se ha de enfrentar en el restaurante ficticio de Cartagena de Indias es un paradigma del tipo de procesos a los que se asiste en todo el mundo. Por ello, aunque el entorno en el que se plantea la controversia es local y se pretende contextualizar al máximo las condiciones de la misma, a la vez, se trata de un asunto de alcance no menos global que el ámbito de expansión de los establecimientos de comida rápida. Por ello, el caso no será más relevante para alumnos cartageneros o colombianos que para otros alumnos latinoamericanos, europeos o de cualquier otro lugar en el mundo. No es necesario siquiera fingir una sustitución en los entornos que se describen para que la controversia pueda sentirse como cercana desde cualquier lugar, tan cercana como se halle el local de comida rápida más próximo, que seguramente no estará muy lejos.

El contexto educativo en el que podría desarrollarse esta unidad didáctica no tiene, por lo demás, una definición muy restrictiva. Parece recomendable que los alumnos que trabajen con ella tengan unas mínimas capacidades para desarrollar investigaciones escolares moderadamente autónomas, por lo que se recomienda que su uso no fuera anterior a la edad de los 13 ó 14 años. Se trata, por tanto de una unidad didáctica preparada para las enseñanzas medias o universitarias. La unidad se podría desa-

rollar también en muy diferentes contextos disciplinares o interdisciplinares. Por ejemplo, en materias CTS, en currículos propios de las materias de ciencias de la naturaleza o la salud, en materias de ciencias sociales o de economía, en diversas ramas de la formación profesional, en programas transversales para la educación cívica, en programas de educación y trabajo,... Cierta disponibilidad de acceso a recursos de información es también una condición que favorece el desarrollo de esta unidad, así como una limitación en el número de alumnos que podrían trabajarla en un mismo grupo (recomendable no más de 30) o la disposición de un número de sesiones para desarrollarla (convendría contar al menos con 8 sesiones de 45-60 minutos cada una de ellas). En cuanto a las capacidades y conocimientos previos requeridos por los alumnos, no van más allá de una comprensión lectora adecuada para el tipo de documentos que componen esta unidad o puedan ser utilizados para ampliar información. También es conveniente cierta disposición hacia el trabajo cooperativo y hacia la participación en exposiciones públicas y debates. No se requieren conocimientos específicos, ya que la controversia se centra en aspectos comunes en el trabajo y el ocio de cualquier ciudadano y, en particular, en los que se ofrecen a los jóvenes.

OBJETIVOS

Entre los propósitos educativos de esta unidad, cabe distinguir los que caracterizarían a todos los casos simulados que se plantean desde la perspectiva CTS de aquellos otros que corresponden a cada controversia concreta. En este caso, los relacionados con la automatización, el empleo y los hábitos de alimentación. Por tanto, las intenciones educativas de la unidad serían las siguientes:

- Desarrollar hábitos de investigación sobre temas tecnocientíficos socialmente relevantes a partir de la búsqueda, selección, análisis y valoración de las diversas informaciones disponibles.
- Comprender la dimensiones valorativas y las controversias presentes en los desarrollos tecnocientíficos, y asumir la necesidad de la participación pública en las decisiones que los orientan y controlan.
- Participar en procesos simulados de toma de decisiones sobre temas de importancia social, en los que las informaciones y valoraciones tecnocientíficas se contrasten en el marco de un trabajo cooperativo, dirigido a ofrecer argumentos racionales para el debate público en torno a las alternativas posibles.
- Conocer de forma general los efectos de los procesos de automatización y estandarización en actividades productivas, como pueden ser las de la alimentación en restaurantes.
- Analizar las ventajas e inconvenientes de las formas tradicionales de alimentación ligadas a las culturas locales, frente a las alternativas que suponen los establecimientos estandarizados de comida rápida, que se están extendiendo por todo el mundo.
- Participar en la resolución de una controversia, en la que se dirimen los distintos intereses y valoraciones sobre las diferentes culturas alimentarias, que se expresan en los dos modelos de restaurantes sobre los que se ha de decidir.

ORGANIZACIÓN DE LA CONTROVERSIA SIMULADA

El caso que se propone consiste en una controversia para analizar cómo afectan los procesos de automatización a la cantidad y calidad del empleo en una situación laboral concreta, la de un restaurante de cocina tradicional en trance de ser absorbido por una empresa internacional de comida rápida, que utiliza productos precocinados y procesos automatizados. Además del debate sobre los efectos laborales, en esa controversia se plantea también la discusión sobre los efectos en las formas de vida y los hábitos alimentarios que se derivan de cada una de las alternativas.

La Cocina de Teresa es un restaurante fundado por Belarmino Fernández y Teresa Menéndez, un matrimonio de emigrantes asturianos que se establecieron en Cartagena de Indias en las primeras décadas del siglo XX. Su hijo Alberto se hizo cargo del negocio convirtiéndolo en uno de los restaurantes más afamados de la ciudad. Don Alberto acaba de fallecer, y en el testamento dejó el restaurante a sus hijos con la condición de que cualquier cambio en los contratos de los empleados o en el tipo de organización del restaurante, debe contar con la aprobación de quienes trabajan en él y con la opinión del Círculo Gastronómico y Cultural, una asociación que tiene en el restaurante, su lugar habitual de reunión. Don Alberto, como sus padres, consideraba que *La Cocina de Teresa* es, además de un gran restaurante, una gran familia que debe participar en todas las decisiones sobre su futuro. *McExpresss* es una empresa internacional de comida rápida que está interesada en hacerse con el local, y ofrece una cuantiosa suma de dinero por él. Sin embargo, no quiere demasiados compromisos en relación con los empleados en ese local, ya que dispone de sistemas automatizados de gestión de los alimentos, que son incompatibles con el mantenimiento de los empleos actuales. Por la ubicación del local, la empresa considera que los beneficios que daría convirtiéndolo en una concesión de su cadena serían mucho mayores que los que ahora produce como restaurante tradicional. Por eso está dispuesta a indemnizar con cantidades importantes a todos los trabajadores, o a ofrecerles empleo en la empresa fuera de ese local. Entre los propios trabajadores hay división de opiniones. Los cocineros se oponen a cualquier cambio en un restaurante que hasta ahora ha ido bien. Pero la mayoría de los meseros creen que podrían mejorar sus condiciones de trabajo y prosperar en el futuro si el viejo restaurante es adquirido por una empresa tan grande e importante como *McExpresss*. Obviamente, en el Círculo Gastronómico y Cultural no se quiere ni oír hablar de la venta del restaurante, aunque también a ellos les ha hecho sustanciosas ofertas la empresa internacional.

Por tanto, los diferentes actores afectados e implicados en la decisión final son los siguientes:

- **Herederos de *La Cocina de Teresa*:** Son los hijos de Alberto Fernández Menéndez, a los que el testamento concede la propiedad del restaurante con la condición de que, para decidir sobre su futuro, deben contar con el acuerdo de las personas que trabajan y se reúnen en él. Los herederos tienen opiniones diversas sobre lo que se ha de hacer con el restaurante a la vista de la oferta de *McExpresss*. Unos opinan que el restaurante debe continuar funcionando como hasta ahora, aunque son partidarios de ofrecer su gestión a los propios empleados en régimen de cooperativa, ya que ninguno de los hermanos quiere hacerse cargo del negocio. Otros consideran que deberían aceptar la interesante ofer-

ta de compra del local que les ha hecho *McExpresss*. En todo caso, todos están de acuerdo en respetar la voluntad de su padre, e intentarán conseguir que todos los afectados se pongan de acuerdo para tomar una decisión sobre el futuro del restaurante.

- ***McExpresss***: Gran empresa internacional de comidas rápidas, con miles de establecimientos en todo el mundo, en los que ofrece menús cerrados a precios baratos y con una gran rapidez en el servicio. Los menús se preparan en sus factorías centrales, desde las que los camiones de reparto suministran los productos precocinados, tres veces por semana, a los locales de las concesiones de cada país o región. En las pequeñas cocinas, de cada local, se siguen procedimientos estandarizados y relativamente automatizados, para ofrecer unos menús definidos, de acuerdo con la publicidad que la empresa hace a nivel internacional. A pesar del bajo precio de los menús el negocio es muy rentable, por su gran rapidez en el servicio, que hace que las mesas se ocupen muchas veces al día. En *McExpresss* no hay horarios de comidas como en los restaurantes tradicionales, sino que los locales permanecen abiertos entre doce y veinticuatro horas al día (según el lugar) y ofrecen siempre el mismo servicio. *McExpresss* pretende adaptarse a los hábitos de la vida moderna, en los que no caben los largos periodos de interrupción, en las actividades ordinarias, para comer a determinadas horas. La empresa está buscando un gran local en la parte vieja de Cartagena de Indias para ofrecer a los turistas sus conocidos menús. El local de *La Cocina de Teresa* es, sin duda, el lugar ideal. Conocedores de las condiciones del testamento, además de una buena oferta de compra a los herederos, la empresa está dispuesta a hacer ofertas ventajosas a todos los que son citados en el testamento, aunque, en ningún caso, aceptaría condiciones sobre las formas de gestionar el restaurante en el futuro, que seguirán los estándares establecidos por la empresa, para todos sus locales en el mundo.
- ***Círculo Gastronómico y Cultural***: Fundado hace casi cuatro décadas, sus miembros se reúnen todas las semanas para hacer tertulias a la vez que degustan las magníficas comidas que ofrece *La Cocina de Teresa*, integradas por los platos tradicionales del norte de España y por lo más selecto de la nueva cocina criolla. Son, en parte, un club gastronómico, y en parte, un club social con notables inquietudes culturales y gran presencia en la vida cartagenera. A sus cenas asisten habitualmente personalidades muy relevantes de la vida social o cultural de Latinoamérica y Europa. Muy arraigados en la cultura cartagenera, colombiana y latinoamericana se manifiestan, de manera radical, en contra de la globalización que, según ellos, pone en peligro la identidades culturales locales. Por ello, hacen de la defensa de *La Cocina de Teresa* un símbolo de los procesos a los que se asiste en todo el mundo. *McExpresss* les ha ofrecido una nueva sede social en un moderno hotel de la playa y el patrocinio de su revista. Consideran insultantes ambas ofertas, ya que aceptarlas sería, para ellos, lo mismo que traicionar sus principios y ser desleales con la obra de don Alberto en Cartagena.
- ***Meseros de La Cocina de Teresa***: No ven con malos ojos la idea de que *McExpresss* se quede con el local. Creen que para ellos, jóvenes en su mayoría, es una buena oportunidad de futuro. Les han ofrecido 20.000 dólares de indemnización o la posibilidad de integrarse en otros empleos de la empresa fuera de ese local. Consideran que su trabajo es propio de otros tiempos, y creen estar conectados con los nuevos hábitos de los consumidores, que se inclinan más por las fórmulas del autoservicio, que por el agobio de unos meseros que vigilan el

nivel de su copa. Piensan que en este tipo de empresas tienen mucho más que ganar que los cocineros. Sus habilidades de relaciones humanas pueden ser muy útiles en empleos de mayor responsabilidad, y más valorados que el de servir comidas. Se imaginan en las sedes administrativas de las compañías fuera de Cartagena, quizá en los Estados Unidos o en Europa. En el peor de los casos, piensan que conducir los camiones de reparto de la compañía será más interesante que seguir teniendo que soportar la insolencia de muchos de los clientes que van al restaurante. Su postura es la de aceptar la oferta de *McExpresss* y cerrar de una vez *La Cocina de Teresa*.

- **Cocineros de *La Cocina de Teresa*:** Saben que no tienen sitio en empresas como *McExpresss*, ya que sus habilidades culinarias no tienen nada que ver con los procedimientos de elaboración de los menús rápidos, que ellos llaman “menús basura”. Después de tantos años aprendiendo el oficio y desempeñándolo con profesionalidad, temen perder su trabajo y ven difícil encontrar otro restaurante que los contrate, ya que los tradicionales de la ciudad ya tienen sus propios cocineros de hace años y cada vez se abren más locales en los que, según ellos, se sirve comida como se podrían poner repuestos a los automóviles. *McExpresss* les ofrece 40.000 dólares de indemnización o la posibilidad de integrarse en la empresa en otros empleos. La oferta económica les parece pan para hoy y hambre para mañana, y no se imaginan metiendo en envases de plástico miles de hamburguesas precocinadas. Se oponen a la venta de *La Cocina de Teresa* y como alternativa plantean que todos los trabajadores del restaurante gestionen directamente el negocio en régimen de cooperativa, pagando a los herederos del local un alquiler, con la opción de comprarlo más adelante si la cooperativa da suficientes beneficios.

Aunque se trata de una situación y unos actores simulados, no resulta difícil encontrar en la realidad escenarios y grupos enfrentados en controversias análogas a la descrita. Sin duda, esa vecindad entre la situación ficticia y la propia realidad será de gran utilidad para documentar y argumentar la postura de los distintos actores involucrados en la disputa.

DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES

La simulación escolar consiste en organizar el aula en distintos equipos de alumnos que prepararán informes documentados desde el punto de vista de cada uno de los actores descritos. Habrá, por tanto, en el aula cinco equipos que encarnarán las posturas de los cinco participantes en esta controversia. Es aconsejable que cada equipo esté compuesto por un mínimo de tres miembros y un máximo de seis, lo ideal es formar equipos de cuatro personas.

De forma separada y con la discreción necesaria, cada equipo documentará y desarrollará su postura. Para ello, deberá analizar la información que se le da al comenzar la actividad y desarrollarla con nuevos datos en favor de su postura. Conviene garantizar que todos los equipos conocen los aspectos centrales de la controversia contenidos en la noticia inicial (documento 1) y en los documentos ficticios (documentos 4.1-4.5), así como lo correspondiente a su papel en ella (documentos 3.1-3.5). También es importante que antes de iniciar el trabajo se haya leído y/o comentado las indicaciones para participar en la controversia (documento 6.1), para que todos comprendan, desde el principio, el funcionamiento de la simulación. En las informaciones complementarias (documentos 7.1-7.15) se aportan nuevos datos y

argumentos sobre el tema que, procediendo de fuentes reales, pueden servir para el desarrollo y defensa de los planteamientos de cada actor social por parte del equipo correspondiente. Es obvio que, la posibilidad de encontrar nuevos datos, informaciones y argumentos en otras fuentes, a las que puedan acceder, por su cuenta, los alumnos durante la preparación del trabajo, es un elemento muy positivo para el desarrollo de la controversia. No obstante, el material que se aporta se ha diseñado de modo que también pueda ser autosuficiente y no requiera búsquedas adicionales para documentar adecuadamente las posturas de los diferentes planteamientos.

Aunque puede hacerse de otro modo, es preferible que los alumnos no se agrupen por la afinidad que tengan con cada planteamiento, sino que su inclusión en un equipo o en otro sea fruto del azar. Parece más apropiada esta última opción porque se trata de simular una controversia para comprender los puntos de vista existentes en ella, y no de reafirmar o reforzar los juicios previos (los prejuicios) que se puedan tener sobre estos temas.

Además de obtener toda la información posible y de preparar un informe detallado, que fundamente su postura y sirva para convencer a los demás, los equipos deberán preparar los argumentos con los que defenderán sus tesis en la exposición de su trabajo, y anticipar las posibles críticas que, casi con seguridad, recibirán de los demás en el debate posterior. También pueden plantearse estrategias simuladas de alianzas en las que los equipos podrían aportar nuevos informes ficticios en favor de sus posturas. Este tipo de documentación, puede utilizarse en el debate, siempre que sus contenidos sean, si no verdaderos, al menos verosímiles y no cierren la polémica (por ejemplo, una decisión unilateral de los herederos, la renuncia de la empresa a comprar el local, un gran aumento de la oferta económica, etc.)

De hecho, esta controversia, que deberá cerrarse con la decisión que al final adopten los herederos, se plantea también como un proceso de negociación entre las partes. Una negociación en la que, junto a la defensa racional de los propios planteamientos, se busquen alternativas para los que se oponen a ellos, permitiendo que finalmente la solución del problema contenga el mayor consenso posible. Sin duda, éste será el papel principal del equipo de los herederos que deberá propiciar la mediación entre los demás actores y la búsqueda de salidas razonables al problema.

A continuación se describe la secuencia de actividades que se recomienda desarrollar en las clases dedicadas a esta unidad, supondremos que cada sesión tenga una duración aproximada de entre 45 y 60 minutos.

FASES	ACTIVIDADES	MATERIALES
<ul style="list-style-type: none"> • Presentación y sensibilización (1-2 sesiones) 	<ul style="list-style-type: none"> • La controversia puede presentarse partiendo de la lectura de la noticia periodística ficticia. El docente valorará si anuncia el carácter simulado del asunto o prefiere mantener, por un tiempo, el engaño. • Tras la presentación de la noticia, los alumnos responderán, individualmente, un cuestionario inicial sobre la automatización y la alimentación. Partiendo de sus respuestas, se realizarán las aclaraciones que sean necesarias sobre los conceptos básicos. • Tras presentar el tema y la controversia, así como las tareas que se realizarán en la clase, se repartirán los papeles entre los equipos 	<p>Documento 1 Noticia inicial.</p> <p>Documento 2 Cuestionario sobre la automatización y la alimentación.</p> <p>Documento 6.1 Indicaciones para participar en la controversia.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo de los equipos (4-6 sesiones) 	<ul style="list-style-type: none"> • Durante estas sesiones los equipos prepararán, por separado los argumentos e informaciones con los que intentarán defender su planteamiento en el debate. Además de los documentos que se les aportan, los equipos podrán buscar nuevas informaciones en las que apoyar sus tesis. • En la última sesión deberán preparar la exposición pública de su trabajo. Al término de dicha sesión deberán entregar los informes realizados. 	<p>Documentos 3.1-3.5 Orientaciones sobre el papel de cada actor en la controversia.</p> <p>Documentos 4.1-4.5 Informes ficticios.</p> <p>Documento 6.2 Pautas para el trabajo de los equipos.</p> <p>Documento 6.3 Plan de trabajo de cada equipo.</p> <p>Documento 7.1-7.15 Informaciones complementarias.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de los equipos (1-3 sesiones) 	<ul style="list-style-type: none"> • Con un orden consensuado, cada equipo/actor dispondrá de un tiempo para exponer públicamente su postura en la controversia e intentar convencer a los demás. • En las conclusiones de cada exposición deberán incluirse las respuestas que se dan a las cuestiones que fundamentan la decisión. • Al término de cada exposición, los demás equipos/actores podrán plantear preguntas u objeciones sobre lo que se ha expuesto. 	<p>Documento 5 Cuestiones para fundamentar la decisión.</p> <p>Documento 6.2 Pautas para el trabajo de los equipos.</p> <p>Documento 6.4 Evaluación de cada equipo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Debate abierto (1-3 sesiones) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tras las exposiciones de los diferentes equipos/actores tendrá lugar el debate abierto entre todos ellos antes de que los herederos hagan pública la decisión final. • Aunque también se traten otros temas, quien modere el debate deberá garantizar que en él se discuten las cuestiones que fundamentan la decisión en la controversia. • Al término del debate el equipo que hace de mediador deberá exponer y justificar la decisión adoptada a la vista de los argumentos y las negociaciones planteadas. 	<p>Documento 5 Cuestiones para fundamentar la decisión.</p> <p>Documento 6.2 Pautas para el trabajo de los equipos.</p> <p>Documento 6.4 Evaluación de cada equipo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación final y conclusiones (1-2 sesiones) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tras el debate y la decisión del equipo mediador cada alumno podría hacer un comentario final sobre el desarrollo de la controversia, con opiniones sobre la decisión tomada y expresará su punto de vista con independencia de la postura que ha defendido. • La unidad concluiría con la repetición del cuestionario sobre la automatización y la alimentación que se planteó al comienzo y el comentario abierto sobre la valoración de las actividades realizadas. • También se comentarán las valoraciones sobre los distintos aspectos evaluados del trabajo de cada equipo. 	<p>Documento 2 Cuestionario sobre la automatización y la alimentación.</p> <p>Documento 6.4 Evaluación de cada equipo.</p>

CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

El diseño de los casos simulados CTS se plantea desde el predominio de los trabajos cooperativos en equipos y la realización de actividades dialógicas. Por ello, los sistemas de evaluación que se proponen valoran, principalmente, las dimensiones cooperativas propias de este tipo de trabajo. En el siguiente cuadro se resume el planteamiento de las actividades de evaluación en la unidad didáctica:

CRITERIOS	PROCEDIMIENTOS Y REFERENTES	INSTRUMENTOS
a) Funcionamiento del equipo: <ul style="list-style-type: none"> • Tenacidad en el trabajo diario. • Equilibrio en el trabajo diario entre los componentes del equipo. • Seguimiento de un plan de trabajo y cumplimiento de los plazos. • Equilibrio en el trabajo de los componentes del equipo en la preparación del informe. • Equilibrio en el trabajo de los componentes del equipo en la preparación de la exposición. 	Observación directa del trabajo de cada equipo en el aula. Autoevaluación por cada equipo.	Primer apartado del protocolo de evaluación del caso simulado (documento 6.4)
b) Realización del informe: <ul style="list-style-type: none"> • Organización y originalidad en la estructura del informe. • Calidad en los aspectos formales. • Adecuación de la introducción y las conclusiones. • Rigor y profundidad en los aspectos conceptuales. • Calidad de los anexos y referencias del informe. 	Valoración del informe del equipo.	Segundo apartado del protocolo de evaluación del caso simulado (documento 6.4)
c) Exposición del trabajo: <ul style="list-style-type: none"> • Organización en la exposición y equilibrio entre las intervenciones. • Calidad de la expresión y rigor conceptual. • Adecuación de la presentación y las conclusiones. • Respuesta a las preguntas planteadas. 	Valoración de la exposición del equipo.	Tercer apartado del protocolo de evaluación del caso simulado (documento 6.4)
d) Participación en el debate: <ul style="list-style-type: none"> • Papel del equipo durante el desarrollo del debate. • Equilibrio en las intervenciones de los componentes del equipo. • Actitud durante el debate. • Calidad de las intervenciones. • Controversia con los demás equipos. 	Valoración de la participación del equipo en el debate.	Cuarto apartado del protocolo de evaluación del caso simulado (documento 6.4)

La cocina de Teresa

**Materiales para el desarrollo
de la simulación en el aula**

La cocina de Teresa

La noticia inicial

**¿Qué sabemos y
opinamos sobre el tema?**

¿Qué sabemos y opinamos sobre el tema? _____

CUESTIONARIO INICIAL Y FINAL SOBRE LA AUTOMATIZACIÓN Y EL EMPLEO EN LOS RESTAURANTES

1. ¿Puedes explicar qué significa la automatización de los procesos de producción? ¿Qué efectos tiene la automatización sobre el empleo?

2. ¿Qué diferencias hay entre la organización de un restaurante de comida rápida y un restaurante tradicional?

3. ¿Cómo afectan los distintos hábitos alimentarios de los clientes al empleo en los restaurantes?

4. ¿Cómo afecta la proliferación de restaurantes de comida rápida a los hábitos alimenticios de las personas?

5. ¿Sabes cuántos restaurantes de comida rápida hay cerca de donde vives? ¿Tienen éxito?

6. ¿Es la alimentación una cuestión cultural y social o, por el contrario, se trata más bien de algo individual en lo que cada cual tiene sus gustos?

7. ¿Pueden modificarse los hábitos alimentarios de una sociedad?

8. ¿Crees que hay diferencias importantes entre los conceptos de nutrición y de alimentación?

9. ¿Qué son preferibles, los restaurantes tradicionales o las modernas cadenas de comida rápida?

10. ¿Qué ventajas e inconvenientes tienen para los trabajadores y para los clientes los establecimientos de comida rápida?

La cocina de Teresa

Orientaciones para los equipos

Círculo Gastronómico y Cultural

CARACTERIZACIÓN Y POSTURA EN LA CONTROVERSIA

Desde hace casi cuarenta años vienen reuniéndose en *La Cocina de Teresa*. Empezaron siendo clientes habituales del restaurante especialmente entendidos en los temas gastronómicos. Han hecho que el restaurante no sólo sea un lugar de máximo nivel en la tradición e innovación de la cocina española y criolla sino también un espacio de reflexión y encuentro sobre éste y otros temas culturales. A la derecha del comedor principal hay un pequeño salón en el que se reúnen todos los jueves en tertulias, a las que suelen tener como invitado a algún personaje singular de la cultura colombiana, latinoamericana o europea. Nadie realmente importante de las artes, las letras o las ciencias puede decir que ha visitado Colombia si no ha asistido a una de las cenas del Círculo. Ello ha dado gran prestigio a sus "Papeles Cartageneros" que, de pequeño boletín gastronómico, ha pasado a convertirse en un referente cultural en Cartagena de Indias. Tras la muerte de don Alberto, la defensa de *La Cocina de Teresa* es para el Círculo una verdadera cruzada cultural, sobre todo tras recibir la oferta de la multinacional de la comida rápida (comida-basura, como ellos prefieren decir) que pretende adquirir el local. Sus argumentos de oposición radical a cualquier tipo de transformación en la esencia del viejo restaurante cartagenero tienen mucho que ver con la identidad cultural de los pueblos, frente a las diferentes formas de globalización, en este caso de la alimentación. El tiempo de una buena comida, la orientación por el *maitre*, la atención humana por los meseros y la tertulia tras los postres son aspectos de la buena cultura tradicional que desaparecerán si se acepta el fin de los verdaderos restaurantes, como *La Cocina de Teresa*. Según los miembros del Círculo, lo que se presenta como alternativa no son en realidad restaurantes, sino más bien unos cebaderos multinacionales en los que se trata a los clientes como a los pollos o a los cerdos, con cuya carne se les alimenta. En ellos sólo se les ofrecen fáciles estímulos para que respondan con rapidez a las expectativas de crecimiento económico de la empresa.

INFORMACIONES QUE SE PODRÍAN APORTAR A LA CONTROVERSIA

Este equipo deberá aportar en su informe y en su exposición las informaciones y argumentos por los cuales se opone a la venta del restaurante y propone otras alternativas para su futuro. En este sentido se pueden encontrar algunos de los motivos de su postura en el documento 4.3.

Todas las informaciones y razones contra la globalización cultural, y en especial contra lo que se ha dado en llamar la McDonalización de la sociedad, son oportunos para reforzar los argumentos de este actor. En este sentido son de gran interés los contenidos de los documentos 7.1-7.6. También resulta interesante para este equipo el contenido del documento 7.8, centrado en los problemas de la globalización alimentaria y los cambios en las formas de agricultura.

Frente a los múltiples efectos nocivos del ocio de hamburguesa y ketchup pueden documentarse las ricas tradiciones gastronómicas y culturales que ofrecen los restaurantes del propio entorno, en los que se condensan las formas de alimentación de la tradición familiar de la propia comunidad. Buscar datos sobre la cultura gastronómica local y enfrentarla a la oferta de las grandes cadenas de comida rápida pueden ser buenos indicadores de las diferencias entre los diferentes hábitos alimentarios. También puede ser interesante la identificación de los beneficios económicos que este tipo de formas de ocio reportan y a dónde van esos beneficios. Asimismo, puede ser útil construir un mapa de los restaurantes de la propia ciudad y comunidad, así como de los locales de comida rápida y una descripción del tipo de público que acude a cada uno de ellos. Por otra parte, se pueden relacionar las diferentes formas de alimentación con las diferentes formas de vida con descripciones de lo que hace habitualmente un joven que come en este tipo de locales y el tipo de patrones culturales a los que responde y enfrentando esas descripciones a la de otro joven, cuyos hábitos de ocio estuvieran centrados en la diversidad de la oferta gastronómica y cultural de cada país o región. También se podrían buscar ejemplos de la presencia de la gastronomía tradicional en las diversas manifestaciones creativas (literatura, cine...) para enfrentarlos al papel que ha representado la comida-basura en ellas evidenciando la conexión existente entre esa comida-basura y la cultura-basura.

Meseros de La Cocina de Teresa

CARACTERIZACIÓN Y POSTURA EN LA CONTROVERSIA

Los meseros son los trabajadores de *La Cocina de Teresa* que ven con más entusiasmo la oferta de *McExpresss*. Salvo algunos de mayor edad que están a cargo de la barra y de la supervisión de los comedores, la mayoría de los camareros son jóvenes y consideran que son los peores tratados laboralmente en el restaurante. Según ellos trabajan más y ganan menos. Además piensan que su trabajo corresponde a otros tiempos en los que la calidad del servicio en la mesa era un signo de prestigio y distinción social. En este sentido conectan con una clientela joven que no entra en este restaurante porque le parece incómodo que alguien deba estar pendiente de si se le cae un tenedor o de reponerle el vino en la copa. Sienten que su trabajo es propio de otros tiempos y que el término "meseros" refleja muy bien su situación: se sienten atados a las mesas sin posibilidad de promoción profesional. Por eso encuentran atractiva la oferta de *McExpresss*. Consideran que con ella tienen oportunidades de mejora laboral. En la empresa no hay meseros con lo que su trabajo habrá de ser, por necesidad, otro. Aspiran a entrar en puestos más importantes en la administración o en las cadenas de distribución de la compañía. No tienen inconveniente para ello en dejar Cartagena o incluso Colombia e irse a trabajar a otros países. De hecho, eso les parece la gran ventaja de una compañía tan grande: puede plantearles diversas oportunidades de trabajo en diferentes lugares del mundo.

Se trata, por tanto, del sector laboral que considera que la mayor automatización de los procesos, lejos de poner en peligro las formas tradicionales de empleo, lo que hace es eliminar los trabajos más penosos y degradantes, y ofrecen nuevas oportunidades a aquellos trabajadores jóvenes y emprendedores que sepan aprovecharlas. En esta controversia estarán, por tanto, a favor de que los herederos de *La Cocina de Teresa* cierren el local y se lo vendan a *McExpresss* aceptando, así, la oferta de indemnización individual o incorporándose a la plantilla de la multinacional en otros puestos.

INFORMACIONES QUE SE PODRÍAN APORTAR A LA CONTROVERSIA

Este equipo deberá defender en su informe y en su exposición las nuevas posibilidades que se abren para ellos si se vende el restaurante a *McExpresss*. En el documento 4.4 hay un testimonio que puede servir de modelo sobre el tipo de futuro al que aspiran los meseros.

Todas las informaciones sobre el funcionamiento de los establecimientos de comida rápida y los argumentos que se plantean a favor y en contra de esta opción son importantes para este equipo. Por eso le resultan interesantes los documentos 7.1-7.5. También le interesa saber el modo en que funcionan este tipo de establecimientos por lo que la información sobre las franquicias del documento 7.7 también puede ser de su interés. Asimismo en los documentos 7.12-7.14 se pueden encontrar informaciones y argumentos sobre los empleos en los restaurantes y sobre las polémicas en torno a los distintos modelos de empleo.

El equipo de los meseros debe intentar poner de manifiesto lo penoso de su trabajo, de sus rutinas y de tener que soportar los caprichos de los clientes. Para ello, podría buscar información sobre las condiciones laborales reales de los meseros y camareros en los restaurantes y negocios afines. También convendría aportar informaciones sobre los nuevos hábitos de los consumidores, se puede mostrar cómo la eficacia y calidad de lo que se ofrece se valora más que la existencia de empleados encargados de cada paso del proceso: un buen ejemplo puede ser la sustitución de los hábitos de compra en pequeñas tiendas por la compra en los grandes centros comerciales en los que el cliente se sirve por sí mismo. En este sentido, puede ser interesante obtener informaciones sobre la magnitud de la actividad económica de los diversos tipos de negocios y la cantidad de empleo que ofrecen en la propia ciudad o entorno. También se pueden hacer reportajes, encuestas o entrevistas sobre los hábitos de los consumidores o sobre las expectativas laborales futuras de los estudiantes. Incluso la descripción del trabajo del mesero y de un día en su vida laboral puede servir para mostrar las razones del rechazo de los jóvenes a este tipo de empleos y su preferencia por sectores en los que existen más oportunidades de promoción.

La cocina de Teresa

Documentos polémicos (Ficticios)

Yo, Alberto Fernández Menéndez con nacionalidad española y colombiana, nacido en Cartagena de Indias el 31 de Agosto de 1925, hijo de Belarmino y Teresa, naturales de Somaó y Malleza respectivamente; con motivo de mi último viaje a España quiero, por el presente documento, expresar mis voluntades sobre el destino de mis propiedades en España y Colombia.

Todas mis bienes pasarán tras mi muerte a mis hijos Alberto, Clara, Danilo y Teresa de acuerdo con el siguiente reparto y condiciones:

- 1°) La suma total de las cantidades depositadas en el Banco de Colombia y en la Caja de Asturias serán repartidas a partes iguales entre mis cuatro hijos. Ellos decidirán la forma más conveniente para gestionar el reparto teniendo en cuenta que Clara y Danilo viven en Bogotá y que Alberto y Teresa tienen su residencia en Avilés y Oviedo, acá en España.
- 2°) La casa que heredé de mis abuelos en Malleza, con todas las mejoras y anexos, así como los enseres que hay en ella y las fincas de pasto y arbolado situadas en dicho término, se la dejo a mi hijo mayor Alberto.
- 3°) La vivienda que adquirí en 1978 en la calle Fray Ceferino de Oviedo se la dejo a mi hija Teresa, que vive en Oviedo desde que en ese año comenzó a estudiar en la Universidad.
- 4°) La casa en la que vivo en la Calle Don Sancho de Cartagena de Indias se la dejo a mi hija Clara con todos los enseres que hay en ella, excepto los documentos, cartas y fotografías de la familia que hay dentro del arcón grande de la sala, que tendrán como destino el que decidan de común acuerdo mis cuatro hijos.
- 5°) La finca de Santa Catalina, con la casa, las tierras y los caballos se la dejo a mi hijo Danilo.

Finalmente, lo que más valioso de cuanto tengo, *La Cocina de Teresa*, el restaurante que abrieron mis padres al llegar a Cartagena y al que junto con Clara, mi querida esposa, he dedicado mi vida, se lo dejo a mis cuatro hijos para que ellos decidan de común acuerdo sobre su futuro con una única condición: que no se modifique el uso del negocio ni ninguno de los contratos de las personas que en él trabajan sin contar con el parecer, y finalmente con la aprobación, de quienes realmente lo mantienen vivo, es decir, los cocineros, los meseros y los viejos amigos del *Círculo Gastronómico y Cultural*.

Éstas son mis últimas voluntades que expreso libremente y en pleno uso de mis facultades mentales ante Don Juan Granda Quiros, notario de Pravia.

Alberto Fdez. Menéndez

Fdo.: Don Alberto FERNÁNDEZ MENÉNDEZ

McExpresss

Internacional Food Company

Estimada señora Clara Fernández Villarreal:

En primer lugar, y en nombre de mi empresa, quiero expresarle nuestro pésame por la muerte de su padre don Alberto Fernández y pedirle que transmita a sus hermanos nuestras condolencias. Le agradezco que, en tan tristes momentos, tuviera la amabilidad de responder a la anterior carta que le enviábamos a su padre para hacerle una nueva oferta de adquisición del local de su propiedad en la plaza de Santa Teresa de Cartagena de Indias. Lamentablemente la carta llegó tarde para que él pudiera considerar nuestra nueva propuesta. En esta ocasión, estábamos seguros de que sus nuevas y ventajosas condiciones superarían las reticencias a la venta del local que había mostrado ante ofertas anteriores.

Hemos hecho un notable esfuerzo para proponerles una oferta de compra que, sin duda, les resultará también interesante a usted y a sus hermanos como herederos del local. Sin embargo, a la vista de condición testamentaria, de la que tan amablemente nos informó en su carta, estamos dispuestos a mantener aquellas condiciones de compra añadiéndoles las siguientes propuestas para los trabajadores del restaurante, para la asociación cultural citada en el testamento y también para ustedes como nuevos propietarios del local:

- 1º) Ofrecemos a todos los cocineros y meseros con contrato fijo en el restaurante la posibilidad de integrarse en otros empleos de nuestra empresa situados en Colombia o en otros países. Quienes no deseen integrarse en nuestra empresa recibirán una indemnización por la rescisión definitiva de sus actuales contratos, que irá de los 20.000 dólares a los 40.000 dólares, según las características de su actual empleo en el restaurante.
- 2º) Ofrecemos a la asociación Circulo Gastronómico y Cultural una nueva sede fija para sus reuniones en un lugar más amplio y confortable. Ese lugar podría ser alguna de las oficinas que nuestra compañía tiene en la décima planta del Hotel Intercontinental que, como saben, está situado el área residencial y turística de Bocagrande. Ellos podrán habilitar el local como deseen corriendo por nuestra cuenta las obras de reforma, la instalación de mobiliario y los gastos comunes que se generen (suministro de agua, electricidad, teléfono...) También estamos dispuestos a financiar la edición de su revista "Papeles Cartageneros" con la única condición de que se reserve un espacio en cada número para que podamos insertar publicidad de los menús de nuestros establecimientos.
- 3º) Mantenemos la oferta que le planteamos hace dos meses a su padre, incrementándola en un 10 %, a fin de facilitar que usted y sus hermanos como herederos de la propiedad no vean mermadas las ventajas de la venta por los gastos fiscales que, seguramente, generarán los trámites sucesorios.
- 4º) Las anteriores ofertas están sujetas al cumplimiento del pliego de condiciones que adjuntamos en la anterior comunicación, y en el que se recogía la necesidad de que recibamos el local libre de cualesquiera compromisos y condiciones para poder instalar en él uno de nuestros establecimientos *McExpresss* con el mismo diseño y la forma de organización de la actividad que caracterizan a los miles que tenemos en todo el mundo. Asimismo, le recordamos que esta oferta se mantiene durante el plazo máximo de un mes desde la recepción de esta carta, transcurrido el cual sin haber llegado a un acuerdo con ustedes nos veremos obligados a estudiar otras propuestas que hemos recibido de los propietarios de otros locales de la zona para instalar en ellos nuestro establecimiento.

Le ruego comunique a sus hermanos y a todos los afectados las nuevas condiciones de nuestra oferta. A la espera de sus noticias, y deseando que podamos llegar a un acuerdo satisfactorio para todos, quedo a su disposición para cualquier consulta que deseen hacernos. Reciba un cordial saludo.



Fdo.: José María Obeso
Director General de McExpresss-Colombia

Papeles Cartageneros

Boletín del Círculo Gastronómico y Cultural nº 153.
Cartagena de Indias

La verdadera herencia de don Alberto

Carlos Riveros
Presidente del Círculo

Ha muerto don Alberto. Con él se va toda una época en la historia de nuestra ciudad. Cartagenero del alma, nunca dejó de ser español. Aunque no se conocen bien los detalles, parece que sus padres llegaron a la ciudad hacia 1923. Belarmino y Teresa eran unos jóvenes que, como tantos compatriotas suyos, buscaron en las Indias el remedio a la miseria que sufrían en su tierra española. Y lo encontraron aquí, en Cartagena de Indias. Parece ser que fue él quien cruzó antes el Atlántico, aunque sería ella quien llegara primero a Cartagena. El destino de Belarmino era Cuba. En La Habana le esperaban unos parientes asturianos que le ayudaron a abrir una pequeña pensión al lado del puerto, junto a la Alameda de Paula. Cuando el negocio empezó a prosperar escribió a Teresa para que dejara España y se fuera a Cuba para casarse con él. Ella se embarcó con diecinueve años. En la travesía, una tormenta estuvo a punto de hundir el barco que llevaba a Teresa junto a Belarmino. Las noticias que llegaron a La Habana hablaban de que un mercante norteamericano, que venía a Cartagena, llegó a tiempo para rescatar a la tripulación y los pasajeros. Así que Teresa llegó casi por azar a estas tierras antes de que lo hiciera Belarmino. Él no se lo pensó. Vendió su negocio en La Habana y buscó la forma de venir a reunirse con Teresa. Tardó casi un mes en llegar a Colombia. Cuando la encontró, Teresa ya estaba trabajando como cocinera en una vieja fonda de marineros. Teresa se había traído de Asturias las recetas de su madre, de sus abuelas, de toda una cultura gastronómica que, con el tiempo, había de dejar profunda huella en nuestra ciudad. Belarmino y Teresa decidieron quedarse aquí y empezar juntos un negocio que con el paso de los años ha llegado a ser su mejor legado en nuestra ciudad.

La Cocina de Teresa se llamó al principio simplemente Teresa. Era una casa de comidas con algunas habitaciones para los viajeros. Su ubicación en la plaza de Santa Teresa no fue un azar de los nombres, fue un capricho de Belarmino. Paseando con Teresa por la ciudad vieja se encon-

traron con ese lugar al lado de la muralla. En esa plaza, al lado mismo del antiguo convento de Santa Teresa había un viejo edificio del siglo XVIII que estaba en venta. Belarmino decidió que ese sería el lugar. Y ese es el sitio en el que más de ochenta años después sigue abierta *La Cocina de Teresa*. Allí nació en 1925 don Alberto, el hijo de Teresa y Belarmino. Don Alberto se crió entre las mesas y los fogones. Jugó en el Baluarte de San Francisco Javier, y desde él miraba a un Caribe frente al que su padre no dejó de hablarle de esa lejana tierra española, en la que estaban sus orígenes. Fue un niño con alma cartagenera y paladar español, o al revés, porque algunos pensamos que el alma y el paladar no son cosas muy distintas. Tras la muerte de su padres, don Alberto continuó un negocio que nunca dejó de crecer. Pero *La Cocina de Teresa* no ha sido para don Alberto sólo su negocio, su espléndido negocio, sino su casa, su vida. Allí conoció a doña Clara, la cartagenera con la que había de compartir sus afanes por mejorar el restaurante hasta la muerte de ella hace pocos años. Don Alberto y doña Clara han conseguido mantener viva la cocina de Teresa, la cocina española en Cartagena. Y han conseguido fundirla con las mejores esencias de la cocina criolla, colombiana y andina. Su restaurante se ha mantenido como un verdadero templo de cultura, como un crisol gastronómico en el que se han fundido las esencias de dos formas de entender la vida y el gusto por la mesa que, a pesar de los recelos, no han dejado de influirse y de quererse en los últimos cinco siglos. *La Cocina de Teresa* es un ejemplo de la rica historia que ha vinculado a las culturas de los dos lados del océano, unas culturas que tienen en común el saber hacer en la cocina, y el saber degustar sobre el mantel.

La desaparición de nuestro querido don Alberto es, por tanto, una importante pérdida para nosotros. Su casa, además del mejor restaurante de Cartagena, ha sido el lugar en el que hace casi cuarenta años fundamos el Círculo Gastronómico y Cultural. En las butacas de la pequeña sala a la derecha del comedor principal nos hemos venido

reuniendo todos los jueves para hablar de cultura y de cocina, es decir de la parte y el todo, sin que aún tengamos claro cuál es la parte y cuál el todo. Con la excusa gastronómica, por *La Cocina de Teresa* han pasado escritores, científicos, artistas que han sido invitados a las cenas de nuestro círculo con la única condición de que a los postres nos pagaran con alguna conferencia o simplemente con la posibilidad de incluirlos en nuestra habitual tertulia. Las tres décadas de nuestros "Papeles Cartageneros" recogen los testimonios de esos centenares de figuras de la cultura latinoamericana y europea que han compartido mesa y mantel con nosotros aquí, en *La Cocina de Teresa*.

Ésa es la gran obra de don Alberto. El fruto de su hospitalidad gastronómica y cultural (perdón de nuevo por la redundancia). Por eso le echaremos tanto de menos. Especialmente ahora que, tras su muerte, se abren tantas incertidumbres. Fue un acierto de don Belarmino la elección del lugar para su restaurante y fue un acierto de don Alberto dar a sus hijos una esmerada educación en Bogotá y España. Una educación que les ha hecho ser españoles sin dejar de ser colombianos. Sin embargo, esos dos aciertos pueden dar lugar a que la muerte de don Alberto sea también el final de *La Cocina de Teresa*. Sus hijos aman a este restaurante, pero ninguno de ellos se ha criado en él, ninguno está dispuesto a dirigirlo personalmente, por lo que el futuro de esta institución cartagenera está ahora lleno de incertidumbres. Y lo peor es que su excelente emplazamiento es tentador, demasiado tentador para esos tiburones de los negocios que ven en este restaurante sólo un buen lugar para colocar uno de esos artefactos de expendir comida en medio de neones con los que la restauración se convierte en algo no muy diferente al negocio de las gasolineras: sírvase usted mismo una de las opciones que le ofrecemos y hágalo rápido por favor, que espera turno el siguiente.

Don Alberto les odiaba no menos que nosotros, pero no les temía. Él se sabía parte de nuestra cultura y para él sería un crimen cederles su local a pesar de la plata que le ofrecían por prostituirlo. Pero don Alberto sabía que con su muerte las cosas podían ser distintas. Sus hijos vivían ya fuera de Cartagena, incluso dos de ellos trabajan en España desandando, casi un siglo después, la ruta emprendida por sus abuelos asturianos. *La Cocina de Teresa* es ahora de ellos, de Alberto, de Clara, de Danilo y de Teresa, los queridos hijos de don Alberto. Pero él quiso evitarles sufrir el dilema de la decisión de aceptar que este santuario sea devorado por los tiburones de la comida rápida o de buscar ellos solos otra alternativa de futuro para el restaurante. La sabiduría de don Alberto

le hizo redactar el mejor testamento posible. La propiedad del restaurante es de sus hijos, pero ellos no pueden tomar ninguna decisión sobre su futuro si no es de acuerdo con los principales protagonistas de esta casa: los cocineros, los meseros y nosotros, los miembros del Círculo Gastronómico y Cultural. Los tiburones nos han hecho una interesante oferta: parece que todos saldríamos beneficiados si *La Cocina de Teresa* desaparece para dejar espacio a una máquina de expendir comida-basura idéntica a las que ellos tienen en Nebraska, en Manchester, en Hong-Kong y en miles de locales clónicos esparcidos por todo el mundo. Saben que en nosotros tienen un enemigo duro. Por eso nos han ofrecido un local más amplio en el décimo piso del Hotel Intcontinental, al lado de la playa. También nos han ofrecido financiar nuestro boletín. Eso sí, incluyendo publicidad de sus menús. Sin duda, sería un buen negocio para nosotros. Pero también sería nuestro suicidio. ¿Se imaginan las fotografías de Borges, Severo Ochoa o Neruda al lado de la publicidad de sus menús-basura? ¿Se imaginan a Saramago o a Gabo compartiendo con nosotros una bandeja de hamburguesas o sandwiches en la última planta de ese hotel de turistas? Pero, sobre todo, ¿qué quedaría de nuestra cultura gastronómica, de nuestro saber hacer en la cocina y de nuestro saber degustar en el mantel? ¿Cuál sería el valor de la herencia que podríamos dejar a nuestros hijos y a nuestros nietos si no sabemos conservar la herencia que hemos recibido de nuestros antepasados?

El valor de las herencias no se mide con dinero, sino sabiendo conservar lo que tienen de patrimonio cultural. Por eso, nos negamos a la oferta de los tiburones. Una oferta tan envenenada como la comida que quieren suministrar a nuestros jóvenes si consiguen hacerse con este lugar. Por la memoria de don Alberto, por el futuro de nuestros hijos y por nuestra propia dignidad defenderemos con todas nuestras fuerzas el precioso legado que para Cartagena de Indias es *La Cocina de Teresa*.

Estimado Carlos:

Hace unos días que recibí tu carta, no sabes lo que me alegré al tener noticias tuyas. Por lo que me dices, el restaurante está de lo más animado últimamente con esas discusiones después de la muerte del viejo. Que entre otras cosas, ya sabes mi consejo: hay que tratar que los hijos lo vendan a McExpresss y así tener una oportunidad de salir de ese hueco pasado de moda y empezar una nueva vida. El mundo es mucho más grande que la Plaza de Santa Teresa y mientras sigas ahí no será más que tiempo perdido.

Supongo que ya te habrán contado como me ha ido desde que los dejé. Por si acaso no te lo han dicho, te lo digo ahora: realmente bien, me lo paso chévere, como decimos por allá. El día de la discusión con aquel cliente pesado, que me hartó y me hizo dejarlo todo, fue para mí el verdadero comienzo de mi vida. Tenía veintidós años, pero es como si hubiera vuelto a nacer. Todos los días de los siete años que trabajé para don Alberto, los recuerdo como una aburrida rutina (excepto por las bromas y los buenos ratos que pasábamos juntos los meseros cuando el viejo no nos vigilaba). El trabajo de mesero me parece ahora de lo peor. Estar siempre pendiente de cualquier gesto de los clientes, estar sonriendo y ser amable con quienes no lo son, esperar que sus bolsillos no estén rotos para que dejen una miserable propina... No sé cómo pueden ustedes seguir allí. Lo de los cocineros lo entiendo. Ellos son tipos viejos que no tienen posibilidades en ningún sitio, por eso quieren seguir con el restaurante. Pero ustedes hermanos tienen mucho que ganar y nada que perder si se vende el local. Cuando me despidieron (la verdad es que yo también me fui muy contento) no tenía ni un duro (como decimos aquí en España). Parece que les están ofreciendo mucho dinero si se van del negocio. Sigue mi consejo: coge la plata y fuera de allí, y no vuelvas atrás ni para coger impulso. Yo sólo puedo decirte que no me he arrepentido de irme.

Lo de venir a España al principio fue duro. Sobre todo por la vieja, que se quedaba sola en Cartagena. Aun así, ella también entendió que era lo mejor para mí y me pagó el tiquete de avión. Cuando llegué a Madrid sólo conocía a mi primo que había venido un año antes y me consiguió un primer trabajo ayudando a repartir congelados en un camión por los pueblos del sur de Madrid. Trabajábamos mucho, pero no parábamos de aprender cosas nuevas y conocer personas con las ganas de mejorar la vida. Esto está lleno de gentes de otras partes que vienen a ganarse la vida y a quedarse. Por acá me he enterado que fue lo mismo que hicieron los españoles hace algunos años, cuando tuvieron que emigrar a América para poder vivir mejor. Ojalá que algún día le vaya bien a Colombia y nadie de nuestra gente tenga que irse para salir adelante.

Te sigo contando. El dueño del camión me ofreció que compráramos por mitad otra furgoneta para poder aumentar el negocio. Yo no tenía billete, pero no lo pensé dos veces. Le dije que sí

y con un dinero que me prestó mi primo me metí de dueño del reparto de congelados. La cosa no paró ahí. De repartir camarones pasé a repartir muebles. De los muebles, pasé a computadoras (por aquí le llaman ordenadores, ahí es cuando empecé a usar corbata -ya me ves lo bien que estoy en la foto que te mando-). La cosa es que me ha ido bien. Ya tengo mucha plata, como para traerme a mi mamá unos meses. También tengo un buen carro y pienso comprarme pronto una casa. Pero ahora estoy muy centrado en mi nuevo negocio. Hace tres meses me he metido con mi primo en un asunto de lo más interesante. Hemos cogido la franquicia de un establecimiento de venta de bocadillos catalanes. El producto nos lo traen a diario (ahora son dos ecuatorianos los que vienen cada día a traerme el congelado en su camión). Los clientes entran, comen y se van. No hay propinas, pero tampoco malos gestos ni aburrimiento. Los que trabajamos en el negocio nos encargamos de todas las tareas y vamos rotando cada poco. Estar en la caja, montar los bocadillos o acomodar el salón son cosas que puede hacer cualquiera. Por eso podemos contratar a jóvenes sin experiencia que aquí tienen su primer trabajo y están contentos porque saben que pueden ascender. La cosa marcha y creo que pronto abriremos un nuevo local en Alcorcón, que es el pueblo que está al lado de Móstoles, donde vivo ahora. Si quieres venir, ya sabes donde tienes un trabajo.

Incluso si consigues esa plata puedes empezar mejor de lo que yo lo hice. Te ofrezco ser mi socio en el local de Alcorcón. Carlos vente para España. A los otros compañeros yo no puedo ofrecerles nada por ahora, pero seguro que si quieren pueden encontrar buenas oportunidades en Bogotá. O en Cartagena mismo aprovechando la estupenda oferta que os hace McExpresss. Creo que el cambio de trabajo sin dejar el local es una buena opción. En empresas como ésa sí que hay futuro. Aprovechen que son jóvenes porque es cuando uno tiene que arriesgarse y apostar. Para ganar el futuro hay que alejarse del pasado, eso lo aprendí yo aquí, así que vendan de una vez el viejo restaurante y ya verán lo que es empezar a vivir. Bueno hermano, espero sus noticias sobre mi propuesta.

Recibe un fuerte abrazo y cuídense por allá:



Nelson Rincón

OJO: No olvides darles también un saludo de mi parte a los demás meseros. A los cocineros si quieres les cuentas cómo me ha ido. Se morirán de la puta envidia. A esos estirados del tal Círculo Gastronómico no les digas nada. Seguro que ni recuerdan mi nombre.

LA BUENA VIDA

COMER

Cocina tradicional española en Cartagena de Indias

LA COCINA DE TERESA, un clásico de la gastronomía iberoamericana en el Caribe

B.5 Calle Santa Teresa con San Juan de Dios N° 31-1. Cartagena de Indias (Colombia). Teléfono 6646077. No cierra ningún día. Menú degustación, 55.000 pesos (21 euros)

Pan	7	Ambiente	9
Café	9	Servicio	4
Bodega	8,5	Ascos	7

D. GUSTADO

Hay quien dice que la más bella ciudad española no está en la península ni en ninguna de nuestras islas sino en América y se llama Cartagena de Indias. Sus calles, plazas y baluartes dan al viajero la sensación de encontrarse en una ciudad española. Habitualmente no dedicamos reportajes a restaurantes situados fuera de España, pero *La cocina de Teresa* no es un restaurante extranjero aunque esté en Colombia. No es exagerado decir que es uno de los más selectos templos de la gastronomía española. Desde hace varias décadas en este restaurante cartagenero, situado en el corazón mismo de la ciudad vieja, se mantiene una herencia culinaria española que no renuncia a la innovación y que se ha abierto, en armoniosa conjunción, a lo mejor de la gastronomía criolla. No nos debe sorprender, por tanto, que el cilitro se conjugue con el orégano, que la yuca acompañe al bacalao o que el aceite de oliva virgen lubrique al ají y a la papaya. Platos tan tradicionales allá (como las arepas y los tamales) y acá (como los potajes y las paellas) aparecen en una variada carta en la que también entran innovaciones como los caracoles guisados con coco o la ensalada de papaya biche. Incluso pueden encontrarse propuestas experimentales tan del gusto de la nueva cocina europea como la ensalada de hígado de oca y vieiras a la vinagreta de trufas o las ostros fritos con puré de brécol y caldo ligado al jugo de hongos. A pesar de sus muchos años, Alberto Fernández



El comedor de La cocina de Teresa es cálido y acogedor, bien distinto de la frialdad dominante en muchos locales europeos

DOS DELICIAS EN CARTAGENA

• Pulpo al Olivo

Pareciera que Galicia y Andalucía se fundieran en esta joya culinaria creada por Alberto Fernández y su amiga peruana Rosita Ymura. Se trata de una entrada sabrosa y hermosa. Al pulpo le agregan una suave mayonesa que incluye aceitunas de botija chilenas licuadas consiguiendo un resultado de gran equilibrio tanto cromático como de sabor. Sorprende que esta sencilla alianza entre el aceite de oliva, las aceitunas negras y el pulpo se haya gestado entre el Pacífico y el Caribe y no entre el Cantábrico y el Mediterráneo.

• Enyucado Cartagenero

Aquí ha de reconocerse el mérito de Alberto Fernández al haber dejado entrar en su restaurante las clásicas recetas del lugar. La yuca rallada, las semillas de anís tostadas, el queso blanco rallado, la leche de coco y la mantequilla derretida se alían antes de entrar en el horno para ofrecer al paladar europeo una sorpresa que rememora las vivencias que debieron tener los españoles de los tiempos coloniales al degustar la riqueza culinaria americana.

sigue dirigiendo este restaurante con la maestría que le da su larga experiencia y la ambición propia de un joven innovador. Es un misterio cómo consigue ofrecer cada día los mejores lechazos calentinos y los más exquisitos lenguados del Pacífico. Los ingredientes con los que trabaja proceden de Argentina (sus carnes rojas), de Chile y Perú

(los pescados de los ceviches), de Asturias (las verdinas que prepara con langosta del Caribe) o de Castilla (los cochinitos). Es, por tanto, *La cocina de Teresa* un homenaje a la mejor tradición de la cocina española y criolla, pero también el lugar donde se experimentan innovaciones tan originales como incorporar el orégano a recetas propias de latitudes más

meridionales como los ceviches de camarones o los tiraditos de lengua, sorprendiendo la buena armonía conseguida entre aquél y el cilitro.

La bodega también está a la altura de las circunstancias, sin que falten los mejores reservas de la Ribera del Duero, de la Rioja alavesa o del Somontano al lado de los mejores caldos chilenos y algunos de los más novedosos vinos argentinos. Los postres tampoco defraudan, e incluyen reminiscencias de los orígenes asturianos de la familia como la leche presa. Cartagena de Indias está en Colombia con lo que la comida no puede terminar sin la degustación de extraordinarios cafés que tienen también su propia carta en esta casa.

La Cocina de Teresa es una sólida referencia de lo que significa tradición e innovación en la élite de la restauración española y latinoamericana. Tan sólo cierta displicencia y frialdad por parte de los jóvenes camareros (los meseros como allí les dicen) desentonan con un entorno y una calidad realmente extraordinarios.

BEBER



Blanco húngaro

MANDOLAS OO

Oremis, Tokajsa (Hungría). Distribución en España: Vega Sicilia. Teléfono: 983 68 01 47. Precio: 5,50 euros. Tipo: blanco crianza, 14,5%. Cepas: furmint. Consumo preferente: medio plazo. Temperatura de servicio: 9°C. Puntuación: 8,3/10.

CARLOS DELGADO

Desde Hungría, y de la mano de Vega Sicilia, propietaria de la bodega Oremis, nos llega este excelente blanco seco elaborado con furmint, uva dominante en la zona de Tokaj, la de los maravillosos vinos licorosos y botritizados. La singularidad y atractivo de Mandolas 2000 estriba no sólo en su carácter seco, algo poco habitual en una región que alcanzó la fama mundial gracias a sus fabulosos dulces, sino a que esta original sequedad, suave y untuosa, encierra, como un paraíso perdido, cierta dulcedumbre agazapada entre la fronda de sus aromas frutales. Es, por tanto, evidente que nos encontramos ante una vendimia muy madura, lo que se manifiesta con nitidez en los recuerdos de compota, sobre los que el robe nuevo ha dibujado sutiles figuras especiadas con el trazo algo grueso de la vainilla. Una nariz que también encierra notas herbáceas y donde el tiempo va gestando un buqué de compleja elegancia. Algo subido de alcohol, aunque sin perder el necesario equilibrio, regala una boca casi grasa, con buena estructura, acidez contenida y una persistencia notable.

POR MENOS DE 15 EUROS

Daiquiris y fritura de malanga en la Castellana

LA HACIENDA DE CUBA

General Yagüe, 6 bis. Teléfono: 915 55 64 00. Abierto de 13.00 a 17.00 y de 21.00 a 0.30. Viernes y sábado, hasta las 2.00. Cierra domingos noche.

MIREM CERRATO

Tonos amarillos y azules-pastel, ventanales, mobiliario en madera y forja, plantas tropicales... Son algunos de los elementos que ambientan esta casa colonial distribuida en dos plantas. Alrededor de un viejo patio, que recuerda el estilo rural de la Cuba del siglo XIX, se distribuyen las mesas del comedor, ani-

mado por un grupo musical de jueves a sábado, que es cuando más concurrido está el local. Lástima que los televisores rompan su lograda estética. Subiendo las escaleras aguarda un pequeño escenario para actuaciones en vivo al son de la salsa caribeña, y una barra en la que se preparan cócteles como los extraordinarios mojitos y daiquiris (5,41 euros), pero también margaritas.

La oferta culinaria se centra en la cocina isleña, pero combina recetas sencillas con toques imaginativos, y añade productos europeos. Una buena opción es compartir un entrante y ele-



Ambiente Caribeño en La Hacienda de Cuba, en Madrid.

gir un segundo entre los platos característicos, pues son los más recomendables. Para empezar, una fritura de viandas como la yuca, la malanga, el boniato o

los plátanos machos (7,71 euros); una ensalada de palmito, papaya y zanahoria (10,94 euros); croquetas de yuca con salsa de queso, o buñuelos de

malanga con camarón (7,07). La ropa vieja (tiras de carne cocida en salsa) con plátanos fritos (11,90 euros) resulta tan saciante como excelente. No podía faltar el arroz a la cubana, bien cocido, con plátano frito, huevos y tomate natural (8,36). El ceviche de atún fresco (14,15) o merluza (14,79) aderezado con cilantro es una buena versión caldosa de esta ensalada fría. El pollo picantón (10,29) no está mal. Hay que tener presentes las guarniciones de yuca con mojo (2,89 euros), los arroces congrí (cocido con frijoles negros, 2,57) o blanco (2,25).

Y un capricho final sin reparos: los crepes de dulce de leche (4,50 euros) o el pastel borracho con helado de vainilla (4,50 euros). Hay un interesante menú diario a 11,26 euros.

La cocina de Teresa

Cuestiones para fundamentar la decisión

CUESTIONES PARA FUNDAMENTAR LA DECISIÓN

Cada uno de los equipos que participan en la controversia debe argumentar detalladamente sus planteamientos en torno a las cuestiones que se proponen a continuación:

- 1) ¿Qué diferencias existen entre los empleos de los restaurantes tradicionales y los de comida rápida?
- 2) ¿Qué diferencias existen entre los hábitos de alimentación correspondientes a los restaurantes tradicionales y los de comida rápida? ¿Cuáles son sus ventajas e inconvenientes?
- 3) ¿Son mejores las formas de ocio y de cultura propias de los restaurantes tradicionales que las de los restaurantes de comida rápida?
- 4) ¿Hay algún otro aspecto que debiera ser considerado para decidir si se vende o no *La Cocina de Teresa* a *McExpress*?
- 5) ¿Debería aceptarse la oferta de *McExpress* y vender *La Cocina de Teresa* a la vista de la información de que se dispone?

En caso afirmativo:

¿Con qué condiciones? ¿Qué se debe ofrecer a los afectados?

En caso negativo:

¿Qué alternativas se proponen teniendo en cuenta que los herederos no se harán cargo del negocio? ¿Qué aspectos deberían variar para que la decisión fuera favorable?

En ambos casos:

¿Que implicaciones (ventajas e inconvenientes) tiene esta decisión?

Estas cuestiones deberían aparecer desarrolladas en el informe de cada equipo, ser explicadas durante su exposición y servir de base al debate en el que se discutirá sobre la venta o no de *La cocina de Teresa* y se plantearán propuestas de negociación.

La cocina de Teresa

**Indicaciones y pautas
para el trabajo y la
evaluación de los equipos**

Vamos a simular una controversia sobre un problema relacionado con el desarrollo tecnológico del que se derivan importantes consecuencias sociales. Los temas que se discuten tienen que ver con cuestiones que están muy presentes en la realidad actual, como son la automatización de los procesos de producción y distribución, los cambios en el empleo y las distintos hábitos alimentarios. Aunque la controversia en la que vamos a participar es simulada, las informaciones y argumentos que se contrastarán en ella serán, por tanto, reales y de gran actualidad.

Que la situación se plantee de forma ficticia tiene la ventaja de que podremos abordarla como un juego. Como en todos los juegos, debemos tomarnos muy en serio nuestro papel para que nuestras jugadas nos salgan bien. Intentaremos, entonces, ser lúcidos y creativos para defender con intensidad los argumentos que nos permitan tener éxito en este juego simulado sobre una controversia social relacionada con el desarrollo tecnocientífico.

Esta polémica va a partir de una situación bien concreta. Vamos a suponer que una empresa internacional de restaurantes de comida rápida quiere establecer uno de sus locales en el centro histórico de la ciudad de Cartagena de Indias. Para ello propone comprar un antiguo restaurante tradicional y transformar radicalmente su actividad.

Se trata de un enfrentamiento entre dos formas de entender la cultura de la alimentación. Por una parte, la comida rápida, que ofrece en todo el mundo menús elaborados de manera estandarizada y que viene teniendo en los últimos años un éxito creciente. Y por otra, la cocina tradicional, cuyos menús se elaboran de forma artesanal siguiendo las recetas características de cada lugar. Pero también se trata de dos formas de organización de la vida social y el ocio de las personas, que tienen, además, muy distintas consecuencias sobre el empleo en los restaurantes.

La empresa internacional de comida rápida lleva tiempo buscando un lugar adecuado para establecerse en la parte histórica de la ciudad de Cartagena de Indias. Considera que el emplazamiento idóneo es la plaza de Santa Teresa y, en ella, el amplio local de un restaurante tradicional muy afamado y con muchos años en la ciudad. El propietario de ese restaurante acaba de fallecer y sus hijos no pueden hacerse cargo del negocio, así que su venta sería una opción posible. La oferta de la empresa de comida rápida llega, por tanto, en el momento justo. Sin embargo, los herederos no son completamente libres para decidir qué hacer con el local. Su padre ha puesto en el testamento una cláusula en la que les obliga a tener en cuenta la opinión de todas las personas relacionadas con el restaurante: los cocineros, los meseros y los miembros de una sociedad cultural que se reúne en el restaurante desde hace muchos años.

La controversia surge porque la oferta de la empresa es recibida de modo muy distinto por los afectados. Los meseros la ven muy bien y quieren que se venda el restaurante. Los cocineros no están de acuerdo en aceptar la oferta y quieren que el restaurante siga funcionando como hasta ahora. Tampoco los miembros del círculo cultural aceptan la venta del restaurante a la empresa de comida rápida.

La polémica está servida. Además de la controversia entre los trabajadores del restaurante, que discrepan sobre los efectos que tendrían en sus empleos las formas

estandarizadas de elaboración de los menús y la organización del nuevo negocio, existe en la ciudadanía cartagenera un notable debate sobre los aspectos sociales y culturales que están presentes en la pugna entre un restaurante tradicional y uno de comida rápida. Para algunos la mejor opción es la segunda, que supone la modernización del ocio según un modelo triunfante en todo el mundo. Para otros la venta del restaurante tradicional sería el comienzo del fin de las tradiciones locales avasalladas por costumbres ajenas en algo tan básico como la alimentación y el ocio. También se debate sobre las culturas alimentarias y la garantía de salud en el consumo que supone cada modelo de restaurante en litigio. Incluso hay quienes piensan que tras este asunto se esconde la pugna entre los defensores de la globalización y quienes se oponen a ella por sus efectos sobre los trabajadores y la identidad cultural de los pueblos.

Los herederos del viejo restaurante son quienes deberán decidir, pero la condición testamentaria les obliga a contar con la opinión de todos y a intentar conseguir una solución negociada que cuente con el máximo consenso posible entre las partes. Los cuatro hijos del propietario del restaurante se trasladarán a Cartagena para reunirse con todos los implicados y buscar la mejor solución para el futuro del local.

Y éste será precisamente el objetivo de nuestro trabajo, simular la preparación y el desarrollo de esa reunión, es decir, preparar los argumentos que cada parte defenderá en ella para adoptar la decisión de vender o no (y bajo qué condiciones) el restaurante a la empresa internacional de comida rápida. Formaremos para ello, al menos, cinco equipos de trabajo que representarán en el aula a los distintos protagonistas de esta polémica:

- **Herederos de La Cocina de Teresa:** Son los cuatro hijos del propietario del restaurante, Alberto Fernández, recientemente fallecido. Ninguno de ellos vive en Cartagena y sus actuales ocupaciones les impiden hacerse cargo del negocio, eso hace que no descarten la posibilidad de venderlo a la empresa de comida rápida. Aunque también sentirían tener que poner fin a un restaurante al que su padre había dedicado su vida. No tienen, por tanto, una opinión definida. Más bien harán de mediadores en el debate entre todos los implicados en la decisión final. Han convocado esa reunión en el propio restaurante para cumplir la condición que su padre puso en el testamento y decidir, finalmente, sobre el futuro del establecimiento.
- **McExpresss:** Es una de las mayores empresas de comida rápida del mundo. Pretende abrir un local en la parte histórica de la ciudad de Cartagena de Indias y considera que el que ahora ocupa *La Cocina de Teresa* es el lugar más adecuado. Por eso la empresa está dispuesta a ofrecer condiciones ventajosas para los actuales propietarios y trabajadores, con el fin de hacerse con el local y convertirlo en uno de sus establecimientos. En caso de conseguirlo, el nuevo restaurante tendrá el mismo diseño y forma de organización que cualquiera de los otros miles de restaurantes que la empresa tiene en todo el mundo.
- **Círculo Gastronómico y Cultural:** Es una sociedad fundada hace varias décadas, cuyos miembros se reúnen todas las semanas en *La Cocina de Teresa* para degustar sus excelentes platos y charlar sobre diversos temas de gastronomía y cultura. Como aficionados a la buena mesa y defensores de su cultura, la oferta de *McExpresss* les parece una verdadera ofensa. Consideran que en este debate

se juega mucho más que el futuro de un negocio familiar. Defender *La Cocina de Teresa* es para ellos reivindicar su propia cultura y las formas de vida que identifican a cada pueblo frente a las pretensiones globalizadoras y uniformadoras que encarnaría, según ellos, *McExpresss*.

- **Meseros de La Cocina de Teresa:** Son los empleados más jóvenes del restaurante. Aunque diariamente han de fingir lo contrario, no están contentos con su empleo. Piensan que está anticuado, es servil y no les ofrece oportunidades de promoción en el futuro. No quieren verse de viejos atendiendo mesas y llenando las copas de clientes despreciativos o que, en el mejor de los casos, les tratan con caritativa superioridad. Por eso ven muy bien la compra del local por *McExpresss*. Creen que en la nueva empresa podrían tener otros empleos y otras oportunidades de mejorar. Incluso podrían trasladarse fuera de Cartagena y hasta de Colombia al tratarse de una multinacional. Por ello, defenderán en la reunión la venta del viejo restaurante aprovechando las interesantes condiciones que les ofrece la empresa.
- **Cocineros de La Cocina de Teresa:** Se oponen a la venta del restaurante porque saben que no tendrían futuro en una empresa de comida rápida. Su trabajo actual consiste en todo lo contrario de lo que significan los restaurantes de comida rápida. Tras muchos años, han conseguido hacer que su dedicación a la cocina tradicional y a su refinamiento les haya puesto en los lugares más destacados de su profesión en Colombia. Fuera de ese restaurante no habrá oportunidades para un trabajo al que le han dedicado su vida, y del que se sienten muy orgullosos. Proponen mantener el restaurante creando una cooperativa entre los trabajadores para seguir adelante con el negocio.

También cabría incluir en la polémica a un medio de comunicación que siguiera la controversia (**Tele-9**, **Radio Cartagena** o el periódico **La Controversia**). El equipo que representara a este medio de comunicación podría hacer el seguimiento informativo del desarrollo de la polémica.

Cada uno de esos equipos se pondrá en la piel del actor que le corresponda y preparará sus argumentos, a favor o en contra, de la venta de *La Cocina de Teresa* a *McExpresss*. No se trata de exponer y defender la postura real que cada uno tendría ante una propuesta así, sino de desarrollar las razones que esos actores aportarían para defender sus respectivas posiciones. Prepararemos los argumentos que cada actor llevaría a esa reunión en la que se decidirá el futuro del restaurante. Cada equipo debe, por tanto, buscar informaciones y argumentos que puedan convencer a los demás de que la postura propia es la más adecuada.

Para todo este trabajo se puede contar con los documentos incluidos en esta unidad. Los tipos de documentos con los que se cuenta y las fases del trabajo se detallan en las siguientes tablas.

DESCRIPCIÓN DE LOS DOCUMENTOS	
DOCUMENTO 1 Noticia inicial	“Polémica por la instalación de un McExpress” es el título de una noticia recogida en <i>El Universal</i> , un periódico de Cartagena de Indias. En ella se da cuenta de la controversia que se ha desatado en la ciudad por la posible venta de <i>La cocina de Teresa</i> a la empresa de comida rápida. El periodista desarrolla la noticia en una página interior del diario en un artículo titulado “comida rápida o cocina tradicional”, en el que describe la postura de los distintos actores implicados en la polémica decisión.
DOCUMENTO 2 Cuestionario inicial y final	Son diez preguntas en las que se plantean diversas cuestiones sobre la automatización, el empleo y la alimentación.
DOCUMENTOS 3.1-3.5 Ficha de cada actor	Cada uno de los cinco equipos que participan en la controversia simulada dispone de una ficha en la que puede encontrar información útil para representar el papel del actor social que le ha correspondido. En esa ficha aparece una caracterización del actor con una descripción de la postura que defiende. También incluye una serie de indicaciones sobre las informaciones que se podrían aportar a la controversia. Esas informaciones se pueden obtener de los documentos ficticios (documentos 4.1 - 4.5), de los documentos complementarios sobre el tema (documentos 7.1 - 7.15) o de otras fuentes que el equipo pueda encontrar siguiendo las recomendaciones de la ficha.
DOCUMENTOS 4.1-4.5 Documentos polémicos (ficticios)	Se trata de cinco documentos ficticios en los que se desarrollan las cuestiones más importantes de la polémica desde el punto de vista de cada actor implicado. Así se incluye el testamento de Don Alberto, la oferta de <i>Mc Express</i> , un artículo aparecido en la revista del Círculo Gastronómico y Cultural, el testimonio de un mesero que llegó muy lejos y la crítica gastronómica aparecida en un periódico español sobre <i>La cocina de Teresa</i> . Conviene leer y analizar todos esos documentos, y no sólo el que es más próximo a cada equipo.
DOCUMENTO 5 Cuestiones para fundamentar la decisión	Son una serie de preguntas que todos los equipos deben responder desde su posición. Esas cuestiones sirven para centrar la controversia en unos puntos comunes y para fundamentar, en función de las respuestas que se den, la decisión que finalmente deberá adoptar el equipo de los herederos. Las respuestas a esas preguntas deben aparecer en las conclusiones del informe que se entregará al profesor, en la exposición que cada equipo hará para defender su postura y servirán como guión para el desarrollo del debate.
DOCUMENTO 6.1 Indicaciones para participar en la controversia	Se trata del documento que estás leyendo. Es una guía con una serie de indicaciones para participar en la controversia. Conviene repasar sus contenidos cuando se tengan dudas sobre cómo se trabaja en el caso simulado.
DOCUMENTO 6.2 Pautas para el trabajo de los equipos	Son un desarrollo detallado de diversos aspectos que deben tener en cuenta los equipos para hacer su trabajo. Hay, por tanto, pautas para facilitar una buena colaboración en el equipo en las diversas fases de su trabajo: pautas sobre cómo preparar el informe que debe entregarse al profesor; pautas para preparar la exposición del trabajo a los compañeros; y, por último, pautas sobre cómo deben ser las intervenciones en el debate. Es importante tener en cuenta y seguir todas esas indicaciones porque se corresponden punto por punto con los criterios de evaluación que se utilizan en esta unidad.
DOCUMENTO 6.3 Plan de trabajo de cada equipo	Es una pequeña agenda en la que el equipo puede planificar su trabajo. En ella se pueden anotar los encargos que se han de preparar para cada clase, los responsables de cada uno, lo que realmente se hace cada día y cualquier otra observación que sirva para coordinar el trabajo del equipo.
DOCUMENTO 6.4 Protocolo de evaluación	Este protocolo es el instrumento para la evaluación del trabajo de cada equipo. Tiene una estructura idéntica a la del documento 6.2. Cada uno de los cuatro apartados que contiene incluye cinco indicadores que pueden valorarse en términos de <i>mal</i> , <i>regular</i> , <i>aceptable</i> , <i>bien</i> y <i>excelente</i> . Esas valoraciones suponen una evaluación cualitativa del trabajo realizado, aunque también tienen una fácil traducción a escalas cuantitativas.
DOCUMENTOS 7.1-7.15 Informaciones complementarias	Son una serie de documentos obtenidos de fuentes reales (a diferencia de los documentos 4.1 - 4.5, que son ficticios) en los que pueden encontrarse informaciones y argumentos sobre los temas que se discuten en esta controversia. El último documento incluye una serie de direcciones de Internet comentadas en las que también se puede hallar información adicional.

Indicaciones y pautas para el trabajo y la evaluación de los equipos

FASES DEL TRABAJO	
PRESENTACIÓN	<p>La unidad comienza con la lectura y el comentario de la noticia inicial (documento 1) en la que se describen los aspectos principales de la controversia.</p> <p>En esta fase se responderá individualmente a las preguntas del documento 2 y, en su caso, se comentarán los temas que se plantean en ellas.</p> <p>Una vez que está claro el sentido de la controversia se forman cinco equipos de trabajo, cada uno de ellos asume el papel de uno de los actores sociales que intervienen en ella.</p>
TRABAJO EN EQUIPO	<p>Durante varios días los equipos prepararán la información y los argumentos para defender la postura que les ha correspondido en la simulación. Para ello dispondrán inicialmente de la ficha con orientaciones para su trabajo (documento 3.1-3.5) y contarán con los distintos textos en los que se aporta información y argumentos sobre los temas de la controversia (documentos 4.1-4.5 y documentos 7.1-7.15). Obviamente, también se puede complementar la información con otras fuentes.</p> <p>Conviene preparar un esquema o resumen de cada documento trabajado y anotar los aspectos que pueden ser más útiles para defender la postura que le ha correspondido al equipo.</p> <p>También se podrán elaborar documentos e informaciones ficticias pero, en este caso, deben ser siempre verosímiles, es decir, que podrían ser reales si, de hecho, se diera una polémica semejante. No se aceptarán planteamientos en los que uno de los actores sociales elimine a los demás con argumentos inverosímiles (aceptación por parte de uno de los grupos de todos los planteamientos de su adversario, promulgación de una ley que prohíbe la instalación de nuevos establecimientos en la ciudad vieja, suposición de que el actual restaurante está en quiebra...)</p> <p>Conviene establecer desde la primera sesión de trabajo en equipo una adecuada planificación de las tareas. Para ello puede ser útil el documento 6.3 en el que se pueden detallar las tareas previstas y realizadas cada día con referencia a sus responsables.</p> <p>El trabajo del equipo en esta fase debe ir dirigido a la elaboración del informe que entregará al profesor y a la preparación de la exposición que cada equipo deberá hacer sobre su trabajo. En el documento 6.2 se ofrecen diversas pautas para todo ello.</p> <p>Tanto el informe como la exposición deben incluir las respuestas argumentadas que cada equipo da a las preguntas comunes que centrarán el debate (documento 5).</p>
EXPOSICIONES DE LOS EQUIPOS	<p>En esta fase cada equipo deberá realizar una exposición en la que aportará informaciones y argumentos a favor de la postura que le ha correspondido en la controversia.</p> <p>Las exposiciones se sucederán en el tiempo establecido, es recomendable que la primera corresponda al equipo de los herederos del restaurante, para que puedan presentar el problema y el carácter controvertido de la decisión que han de tomar.</p> <p>También es aconsejable que se alternen las posturas de los demás equipos en sus respectivas exposiciones. En el documento 6.2 hay indicaciones concretas sobre el modo en que se puede preparar y desarrollar las exposiciones.</p>
DEBATE ABIERTO	<p>Una vez concluidas las cinco exposiciones de los equipos, se abre un debate en el que todos pueden confrontar sus puntos de vista.</p> <p>Conviene que ese debate sea moderado por el equipo de los herederos del restaurante que, además de otros temas que puedan ser tratados, deben garantizar que se polemiza sobre las respuestas que se da a las preguntas del documento 5. También en el documento 6.2 hay indicaciones sobre el modo en que se debe desarrollar el debate. Será bueno establecer unas normas al inicio para garantizar el su buen desarrollo.</p> <p>Al término del debate y, en función de las negociaciones que se hayan podido establecer entre los distintos actores, el equipo de los herederos del restaurante tomará una decisión sobre el futuro del mismo que expondrá públicamente. Conviene que esa decisión tenga el mayor grado de consenso posible y se justifique en los argumentos y propuestas que han aparecido realmente en las exposiciones de los equipos y en el debate.</p>
CONCLUSIONES Y EVALUACIÓN	<p>Tras la decisión del equipo mediador, se podrá hacer una ronda en la que todos los participantes opinen individualmente sobre la decisión adoptada, y sobre lo que ellos consideran que sería más oportuno si el problema no fuera simulado. Se trata de un momento de reflexión sobre la propia controversia y sus implicaciones, por lo que todas las intervenciones deberán hacerse ya desde fuera de los papeles que cada uno ha jugado en la simulación.</p> <p>En esta fase también se pueden comentar las incidencias del trabajo en las fases anteriores y opinar sobre la importancia social de los temas implicados en esta controversia.</p> <p>Al término de la unidad deberán comentarse los resultados de la evaluación del trabajo de los equipos. Para dicha evaluación se seguirá el protocolo del documento 6.4 que se ajusta a los diferentes elementos que componen las indicaciones del documento 6.2.</p>

PAUTAS PARA EL TRABAJO DE LOS EQUIPOS

COLABORACIÓN EN EL EQUIPO

ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DEL EQUIPO

- Todos los componentes del equipo deben asistir a clase a diario y colaborar en las tareas con ideas e informaciones.
- Antes de cada clase deben realizarse individualmente las tareas encargadas para ser puestas en común en el equipo.
- Desde el primer día de trabajo en equipo se debe establecer un plan de trabajo en el que figuren las responsabilidades individuales. Es importante seguirlo a diario.
- Las funciones y tareas cotidianas de todos los componentes del equipo deben tener un reparto equilibrado. Es importante que, aunque se repartan determinadas tareas, todos los componentes del equipo estén al tanto de todo lo que se hace en cada momento.
- Conviene mantener ordenados los materiales trabajados y disponer de todos ellos en el aula cada día.

REPARTO DE TAREAS PARA HACER EL INFORME

- Se deben definir con precisión todos los aspectos necesarios para la correcta preparación del informe (estructura, elaboración de borradores, organización de anexos y referencias, teclado, revisión de expresión y estilo, fotocopiado...)
- Debe quedar claro quién es el responsable de cada una de las tareas citadas anteriormente. Es importante que ese reparto de responsabilidades sea equilibrado y aproveche las distintas aptitudes de cada componente del equipo.
- Conviene fijar plazos concretos para realizar cada una de las tareas de preparación del informe garantizando su entrega a tiempo.

COORDINACIÓN DE LA EXPOSICIÓN

- Se deben definir con precisión todos los aspectos necesarios para desarrollar correctamente la exposición (apartados, reparto de intervenciones, preparación de guiones para la exposición, diseño de los recursos de apoyo que se utilizarán, ensayos...)
- Deben quedar claras las responsabilidades de cada componente del equipo en todos los aspectos anteriores. Es importante que ese reparto de responsabilidades sea equilibrado y aproveche las distintas aptitudes orales de cada cual.
- Conviene ensayar, individualmente y en equipo, la exposición para poder corregir problemas y ajustarla al tiempo total disponible.

PREPARACIÓN DEL INFORME

ESTRUCTURA DEL INFORME

- La estructura del informe debe ser original con títulos apropiados para cada apartado. Esa estructura quedará reflejada en el índice. El informe debería recoger, al menos, los siguientes apartados:
 - *Presentación*: En la introducción se debe contextualizar el trabajo y determinar de forma precisa sus objetivos.
 - *Planteamiento del actor social*: Se trata de hacer una caracterización completa de su papel en la controversia, de la postura que defiende y de incluir informaciones y argumentos en favor de la misma. Este apartado será el que incluya mayor desarrollo conceptual y se organizará en los subapartados más adecuados. En ellos deben aparecer las informaciones y argumentos que avalen los planteamientos del actor en la controversia.
 - *Controversia con los demás actores*: Se ha de identificar el papel de cada uno de los demás actores en la controversia y desarrollar comentarios, favorables o críticos, sobre los argumentos propios de cada uno de ellos. Como mínimo sus subapartados se corresponderán con esos actores con los que se confrontan los puntos de vista.
 - *Conclusiones*: Deben incluir un resumen final de los aspectos principales del trabajo. Un elemento muy importante de las conclusiones del informe debe ser la respuesta argumentada a las cuestiones para el debate sobre las que ha de tomarse la decisión (documento 5). También pueden incluir valoraciones sobre el cumplimiento de los objetivos y comentarios sobre el propio desarrollo del trabajo del equipo.
 - *Referencias y anexos*: En el apartado de referencias debe aparecer la bibliografía utilizada, citada y ordenada alfabéticamente. También se deben incluir en las referencias las direcciones exactas de Internet que han sido consultadas. Sería interesante añadir un breve comentario sobre los contenidos en cada una de las referencias citadas. En los anexos se adjuntará aquella documentación complementaria que se considere conveniente para ampliar los contenidos del informe y que haya sido citada en su desarrollo (gráficos, imágenes, esquemas, textos...) También se podrían incluir resúmenes o esquemas de los documentos trabajados en la controversia.

PRESENTACIÓN Y ASPECTOS FORMALES

- La expresión en el informe debe ser original, clara, amena y precisa. Nunca se deben transcribir informaciones literales de otras fuentes, a menos que estén bien comentadas e integradas en el texto principal. En esos casos, la información debe ir entrecorrida y con referencia a su fuente.
- El informe debe mantener la corrección ortográfica y sintáctica.
- Hay que poner cuidado en la limpieza y el orden de todo el informe (portada, índice, desarrollo...) utilizando los procedimientos estilísticos oportunos (tipos de letra, tabuladores, márgenes, espaciado, paginación, jerarquía de apartados, encabezados, notas a pie...)

TRATAMIENTO DE LOS CONTENIDOS

- Todo el informe debe mantener el adecuado rigor conceptual, con informaciones veraces e hipótesis verosímiles.
- Debe haber argumentos oportunos sobre las propuestas que se planteen en relación con las decisiones sobre las que versa la controversia.

PREPARACIÓN DE LA EXPOSICIÓN

ORGANIZACIÓN DE LA EXPOSICIÓN

- Se deben seleccionar bien los contenidos que se expondrán y el orden de cada uno de ellos. Se tomará como base el informe, aunque no es necesario que la estructura de la exposición coincida con la del informe.
- Deben repartirse equilibradamente las intervenciones entre los componentes del equipo y establecer con precisión el orden más adecuado.
- Se debe cuidar el modo en que se presentará el trabajo al comienzo de la exposición, se indicarán los apartados o temas que se desarrollarán. También es importante que al final de la exposición se repasen las conclusiones del trabajo y se responda con claridad a las cuestiones que se plantean para la decisión (documento 5).
- También se podrá comentar las fuentes de información utilizadas y valorar el propio desarrollo del trabajo por parte del equipo.
- Es importante responder con claridad, precisión y cortesía a todas las preguntas que se planteen al equipo al término de su exposición.

MODO DE EXPRESIÓN

- Conviene utilizar un modo de expresión que permita al público seguir con interés la exposición. Para ello se buscará la mayor claridad posible para transmitir las informaciones.
- En ningún caso la exposición puede consistir en la lectura de los contenidos del informe. Tan sólo cuando se vaya a exponer algún dato o la cita literal de alguna información concreta puede plantearse una lectura directa.
- La preparación de la exposición no implica la memorización de los contenidos que se expondrán. Para ayudar al desarrollo de la exposición se puede seguir un guión o esquema, que puede tener a la vista sólo quien expone o también todo el público, con algún medio de proyección.

SELECCIÓN DE INFORMACIONES Y ARGUMENTOS

- Durante el desarrollo de la exposición y, en especial en el apartado de conclusiones, deben quedar claras las informaciones y los argumentos con los que el equipo justifica sus propuestas sobre las decisiones que se han de tomar en relación con el problema planteado.
- La claridad de la exposición no debe ser incompatible con el rigor conceptual de los argumentos que permitan una defensa convincente de las propias posiciones.

RECURSOS DE APOYO

- Se debe decidir con qué recursos se apoyará la exposición (esquemas en la pizarra, transparencias, diapositivas, vídeos, fotocopias que se entregan al público...). Dichos recursos deberán servir para hacer más claras y accesibles todas las informaciones, argumentos y opiniones que se pretende comunicar.
- Con la debida antelación se deben repartir las responsabilidades de cada componente del equipo en la preparación de los recursos de apoyo a la exposición. Además de disponer de todo el material para la fecha de la exposición, habrá que garantizar que se podrá contar en ese momento con los recursos necesarios (fotocopias, retroproyector, ordenador... en función del tipo de apoyo que se plantee para la exposición).

PARTICIPACIÓN EN EL DEBATE

PARTICIPACIÓN DEL EQUIPO EN EL DEBATE

- Es importante que la voz del equipo esté presente durante todo el debate y sus argumentos sean tenidos en cuenta para decidir sobre la controversia. Para ello hay que intentar pedir la palabra con frecuencia y tener prevista una adecuada dosificación de las informaciones y argumentos que se irán aportando a lo largo del debate.
- Todos los componentes del equipo deben intervenir de manera equilibrada durante el debate. Se puede definir previamente una estrategia sobre los momentos o las situaciones en que intervendrá cada persona, pero conviene que en el debate se oiga por igual a todos los componentes del equipo.

ACTITUD DURANTE EL DEBATE

- Durante todo el debate se han de seguir las instrucciones respecto a turnos de palabra, duración de las intervenciones, etc., que establezca el equipo encargado de moderarlo.
- Siempre que se quiera hablar en el debate se debe pedir la palabra al moderador y esperar a que la conceda. En ningún caso se debe interrumpir a quien está en el uso de la palabra.
- Conviene anotar las impresiones sobre las intervenciones de los demás y las ideas que se van a aportar cuando se intervenga.

CONFRONTACIÓN DE ARGUMENTOS CON LOS DEMÁS EQUIPOS

- El debate debe estar principalmente centrado en las cuestiones que se plantean para la toma de decisiones (documento 5) y en los demás aspectos que proponga el equipo que lo modera.
- Cada intervención no debería ser improvisada ni fruto de una reacción inmediata a lo que se acaba de decir.
- Es importante que en las intervenciones se combine la aportación de nuevas informaciones relevantes sobre el tema que se discute con las argumentaciones a favor de la propia postura o de crítica a las de los demás equipos.
- Los datos que se aporten deben ser ciertos y contrastados, se podrá identificar su fuente si alguien los pone en duda.
- Los argumentos y propuestas que se planteen deben ser lógicos y verosímiles. Aunque el debate se centra en situaciones ficticias y, por tanto, podrían aportarse razonamientos o propuestas sobre aspectos no reales, siempre se debe tener en cuenta que las mismas pudieran llegar a ser válidas si la controversia no fuera simulada.
- En todo momento se debe tener claro cuál es el papel que corresponde a cada equipo y no salirse de él durante el debate.
- Las críticas a los demás equipos deben centrarse en lo que desde ellos se ha defendido en su correspondiente exposición o durante el debate. También se debe tener en cuenta la caracterización que se da para cada equipo en los materiales del caso simulado.
- En el debate cabe hacer alianzas con otros equipos que defienden posiciones afines. Sin embargo, no deben quedar desdibujados los planteamientos propios de cada uno ni confundir los intereses y posturas de equipos que puedan coincidir en alguna propuesta.

PLAN DE TRABAJO DE CADA EQUIPO

FECHA	TAREAS PREVISTAS	TAREAS REALIZADAS	OBSERVACIONES
1ª SESIÓN			
2ª SESIÓN			
3ª SESIÓN			
4ª SESIÓN			
5ª SESIÓN			
6ª SESIÓN			

EVALUACIÓN DEL CASO SIMULADO

CASO	COMPONENTES DEL EQUIPO	FECHA DE ENTREGA DEL INFORME
ACTOR SOCIAL		FECHA DE LA EXPOSICIÓN
		FECHAS DE DEBATE

FUNCIONAMIENTO DEL EQUIPO

1. Todos los componentes del equipo han asistido y participado a diario en las tareas de las clases, aportando las tareas encargadas para hacer fuera del aula.	M	R	A	B	E
2. Todas las funciones y tareas se han repartido y realizado de manera equilibrada entre todos los miembros del equipo.	M	R	A	B	E
3. El equipo ha seguido un plan de trabajo diario establecido al inicio y se ha cumplido el plazo de entrega del informe.	M	R	A	B	E
4. Todos los miembros del equipo han participado de forma equilibrada en la preparación del informe.	M	R	A	B	E
5. Todos los miembros del equipo han participado de forma equilibrada y activa en la preparación y desarrollo de la exposición.	M	R	A	B	E
Observaciones					

REALIZACIÓN DEL INFORME

1. La estructura del informe es original y está bien organizada. Los títulos de los apartados son oportunos.	M	R	A	B	E
2. La expresión es original y adecuada para los contenidos del informe. Están cuidados los aspectos formales (ortografía, presentación, organización, limpieza...)	M	R	A	B	E
3. La introducción enmarca bien los contenidos del trabajo y establece de forma precisa sus objetivos. Las conclusiones resumen los aspectos principales del trabajo y están bien argumentadas las propuestas de decisión.	M	R	A	B	E
4. Se analizan adecuadamente los aspectos conceptuales del tema y se tratan con rigor y profundidad las informaciones. Se desarrollan bien los planteamientos del actor social y la controversia con los restantes actores.	M	R	A	B	E
5. Hay referencias variadas, pertinentes y bien identificadas. Los anexos son oportunos y están bien organizados.	M	R	A	B	E
Observaciones					

EXPOSICIÓN DE TRABAJO					
1. La estructura general de la exposición está bien organizada. El reparto de papeles durante la exposición ha sido equilibrado entre todos los miembros del equipo.	M	R	A	B	E
2. No se lee el informe. La expresión es original. La exposición resulta clara y amena. Hay rigor conceptual en el tratamiento de las informaciones y los razonamientos expuestos son persuasivos.	M	R	A	B	E
3. La presentación del trabajo es clara, pertinente y correcta. Las conclusiones destacan los aspectos principales del tema y exponen las propuestas de decisión de forma coherente con el resto de la exposición.	M	R	A	B	E
4. Se han seleccionado recursos de apoyo a la exposición variados y pertinentes. Su uso ha sido el adecuado en cada momento de la exposición.	M	R	A	B	E
5. Se ha respondido adecuadamente a las preguntas planteadas al término de la exposición.	M	R	A	B	E
Observaciones					

PARTICIPACIÓN EN EL DEBATE					
1. El equipo ha tenido un papel activo en el desarrollo del debate.	M	R	A	B	E
2. Todos los componentes del equipo han intervenido en el debate de forma equilibrada.	M	R	A	B	E
3. La actitud de todos los miembros del equipo ha sido respetuosa con todos los participantes en el debate. Se han respetado los turnos de exposición.	M	R	A	B	E
4. El equipo ha aportado nuevas informaciones y argumentos bien fundamentados y pertinentes durante el desarrollo del debate.	M	R	A	B	E
5. El equipo ha sabido confrontar sus posiciones con las de los otros actores de la controversia, han respondido adecuadamente a las críticas recibidas y han cuestionado racionalmente los planteamientos contrarios.	M	R	A	B	E
Observaciones					

M: mal **R:** regular **A:** aceptable **B:** bien **E:** excelente

**Informaciones
complementarias sobre el tema**

Automatización y alimentación

Las formas de organización social, y especialmente las formas de organización del trabajo, han sido radicalmente transformadas, desde que en el siglo XIX se introdujeron los primeros procedimientos de automatización en la industria. La mecanización y automatización de los procesos de producción han supuesto importantes cambios en las formas de trabajo industrial. La reducción del número de empleos que implicaba la introducción de las máquinas en la industria textil británica desató el primer movimiento social contra los efectos de la tecnología sobre los trabajadores. Los luditas decimonónicos destruían los telares mecánicos porque sentían que afectaba negativamente a sus empleos. El 12 de agosto de 1999, un grupo de ganaderos franceses interrumpieron la construcción de un restaurante McDonald's, su sabotaje quedó como un símbolo de la reacción social frente a los cambios que en el sector de la alimentación suponían las transformaciones de ese proceso, conocido como globalización y en el que los componentes tecnológicos tienen tanta importancia. Entre los luditas de hace casi dos siglos, y los movimientos sindicales contra la globalización del siglo XXI, pueden establecerse relaciones en el común rechazo a los efectos para el trabajo de ciertos procesos tecnológicos, sea en la producción industrial o en el sector de la alimentación.

Y, sin embargo, la automatización de los procesos de producción y las nuevas formas de organización del trabajo se imponen de manera casi inexorable. El incremento en la eficacia y la eficiencia son los principales parámetros desde los que se evalúa la conveniencia de introducir procedimientos estandarizados y automatizados en los procesos de producción. Es ésta una tendencia que, desde la producción industrial, se ha trasladado a otros ámbitos de la vida social en un proceso que autores, como George Ritzer, han llegado a denominar *McDonalización* de la sociedad. De hecho, en el sector de la alimentación es donde, quizá, puedan hacerse más patentes los efectos que este tipo de procesos tienen para los hábitos de vida.

La alimentación ha sido durante siglos algo doméstico. En las cocinas de los hogares (una redundancia, el hogar era el fuego que en medio de la casa unía a la familia en torno a la comida) se han transmitido hábitos culturales de un modo similar a las formas de aprendizaje de la técnica del artesano de que hablara Ortega. En las últimas décadas, las culturas alimentarias se transforman radicalmente por la introducción de diversas tecnologías en los procesos de producción, distribución y elaboración estandarizada de los alimentos. Ese cambio desde la alimentación artesanal a la alimentación técnica, por utilizar el sentido de los términos de Ortega, se hace patente cuando se ha llegado a hablar de la industria alimentaria como un sector de producción equiparable a otros sectores industriales.

La automatización en la producción de alimentos y las nuevas formas de organización, estandarización y control de los medios de distribución, así como los ajustes en las demandas inducidas por las tecnologías publicitarias, suponen importantes cambios en las maneras sociales de enfrentarse a un hábito cultural tan ancestral como el de la alimentación. Esos cambios tienen efectos a diversas escalas. Por una parte, la dimensión privada (en los hábitos familiares de alimentación en los hogares) y la dimensión pública (en los hábitos sociales de comida en los establecimientos correspondientes) de los cambios en las formas de alimentación. Por otra, la dimensión nutricional (los efectos para la salud individual de los diferentes tipos de dieta) y cultural (los cambios en las formas de identificación social relacionados con las costumbres gastronómicas) que también tiene la alimentación como elemento básico de la vida humana. Por todo ello, los debates sobre las culturas alimentarias, y los cambios que en ellas suponen los procesos de automatización y estandarización propios de las

tecnologías industriales y de las nuevas formas de organización del trabajo y el mercado, tienen una importancia educativa realmente central. Hacer de los ciudadanos consumidores conscientes y responsables es, sin duda, un objetivo educativo compartido, por ello, este tipo de cuestiones no deben quedar fuera de los contenidos escolares o ser tratadas desde enfoques técnicos, que reducen las cuestiones sobre la alimentación sólo a sus aspectos sanitarios, relativos a la nutrición y sus efectos sobre la cantidad y calidad de los empleos a meros problemas económicos.

Los restaurantes de comida rápida

Lola García Navarro y Mar Valdecantos

El libro de la hamburguesa y la comida rápida.

Alianza Editorial, Madrid, 1998, pp. 41-45 y 86-89

Un *fast food* no pide que el cliente le sea fiel, ni que sea tan asiduo que los de la caja le puedan reconocer. En estos restaurantes todo es anónimo. Los cajeros cambian en una rotación constante con los que están en la cocina. Hoy los encuentras en la caja y mañana en la cocina o incluso limpiando los servicios. Tal vez ni siquiera sigan ahí la próxima semana.

No es el tipo de restaurante en el que los clientes son fieles durante años, donde el *maître* se precia de conocer a todos los clientes, en recordar sus gustos y preferencias, y en saber obsequiarles con el mejor de los vinos. A un restaurante caro y distinguido le cuesta perder clientes, mientras que en uno de comida rápida los clientes van y vienen y aunque no vuelvan más, siempre hay otros que van llegando. Tal es el caso de los matrimonios que antes de tener hijos despreciaban la comida rápida y van hoy a los McDonald's de la mano de unos hijos seducidos por los regalos de la cadena.

En un restaurante de comida rápida el proceso es parecido a comprar en un supermercado, comprar el billete del metro o esperar en la cola del banco. No hace falta saber utilizar adecuadamente el tenedor, porque no hay tenedores, ni es preciso saber degustar un buen vino, porque no hay vino. Poco importa que el paladar no sea muy refinado, o las maneras bastante rudas; todos pueden comer una hamburguesa ya que no hay etiqueta que guardar para comer con las manos. (...)

En un restaurante de comida rápida todo forma parte de un exhaustivo y meticuloso proceso en el que nada queda al azar y cada acción está pensada y calculada hasta la exageración. Las "universidades hamburguesa" fueron creadas para entrenar a los gerentes de los establecimientos de las cadenas, en las artes y técnicas de la venta, la hamburguesa más económica y la ingeniería al servicio de la comida. Los locales de la McDonald's University o la Burger King University, se llaman campus, los monitores profesores y el director rector.

Para llegar a la "Universidad hamburguesa" hay que pertenecer a la gran familia de la comida rápida. Los encargados principales de las franquicias aspiran a alcanzar el privilegio de formar parte de la cúpula de las hamburguesas, de la élite. Por diez años de trabajo en McDonald's recibes un anillo con un diamante. También hay relojes de oro en los que se ven los arcos que han hecho famosas las hamburguesas por todo el mundo.

La cuestión básica es obtener el mayor beneficio posible; la comida rápida no es diferente de cualquier negocio nacido bajo el capitalismo. El beneficio viene de las bebidas y las patatas: un 600% en las bebidas, un 400 % en las patatas y un 100 % en el pollo. Los cajeros están aleccionados para recordar al cliente que no olvide las patatas y las bebidas, por si cuela. El triángulo completo es el sandwich o la hamburguesa, las patatas y la bebida; de hecho, es lo que casi todo el mundo pide.

Todo es rápido en el reino del *fast food*, los cajeros son rápidos y no hay que empezar una nueva cuenta si sobre la marcha el cliente se equivoca y rectifica. Pero este trato rápido no deja de ser simpático, correcto y formal. Ni siquiera dejan de ser amables con los que son rechazados para trabajar en las "fábricas de hamburguesas"; nunca se sabe si el rechazado hoy puede ser un cliente mañana.

Pero en todo esto de lo rápido hay un lado tenebroso: es la cara de lo que no se ve desde el otro lado de la cocina, allí donde se almacena todo pre-cortado y congelado, todo salvo los tomates. Uno de los lados oscuros del *fast food* está en las consecuencias de los que han trabajado en la "fábrica", la mayoría adolescentes que trabajan por primera vez. Es un trabajo *kleenex*, rotación de personal muy grande y horario de turnos, y por eso es cómodo para adolescentes que empiezan y sólo necesitan dinero para sus gastos de bolsillo y fin de semana.

* * *

McDonald's poseía en 1996 más de 18.700 restaurantes a lo largo de más de 94 países. El país número 94 ha sido Lituania. Sirven a más de 33 millones de personas cada día y esperaban abrir otros 3.200 restaurantes entre 1996 y 1997. La compañía gestiona directamente varios restaurantes en Estados Unidos y en el extranjero, mientras que la mayor parte funcionan en régimen de franquicia. El número de restaurantes que McDonald's abre en el extranjero ha ido creciendo igualmente con los años. En 1985 sólo un 22 % de los locales se encontraba fuera de Estados Unidos, en la actualidad el porcentaje ronda el 40 % y para el año 2000, la mitad de los restaurantes estarán en países extranjeros.

El presidente de McDonald's, Michael Quinlan, sueña con ver una América en la que nadie esté a más de 4 minutos, ya sea a pie o en coche de un McDonald's.

Este interés por controlar el mercado está ocasionando que su rápido crecimiento contradiga, en la mayoría de los casos, las tres metas que se fijara su creador Ray Kroc: "calidad, servicio y limpieza". Todo ello para poder hacer frente a la guerra de precios de la competencia. La oferta de Burguer King de hamburguesas baratas no la puede superar McDonald's, ni siquiera alcanzarla.

La ofensiva de McDonald's reside en una publicidad con inversiones récord, acaparando acontecimientos como los Juegos Olímpicos o contratos exclusivos con Walt Disney para vender sus personajes. Su interés en abrir nuevos mercados en lugares vírgenes como Europa del Este, China o el Sureste de Asia, es enorme. El que en Australia el 5 % de la población coma en un McDonald's cada día y este número no quede muy lejano del 8 % de norteamericanos, prueba el éxito de su publicidad.

Los lugares a los que tiene acceso McDonald's y, como él, otras cadenas de comida rápida resultan paradójicos. Los hay en lugares con gobiernos comunistas o lugares considerados demasiado pobres como para poder pensar que McDonald's es un negocio rentable; en países como China o Cuba, Marruecos, Rusia o El Salvador, y el resto del mundo ha sufrido una auténtica invasión de restaurantes de comida rápida a pesar de que el mercado viene saturándose desde hace más de diez años.

La saturación del mercado afecta a todo el sector de la comida rápida que se ha visto obligado a diversificar su oferta desde los años ochenta y a entrar en una guerra de precios. Actualmente incluso McDonald's tiene problemas para mantener sus promesas millonarias de expansión y trata de atraerse de nuevo a los *babyboomers*, la generación que ahora tiene entre 40 y 50 años de edad y que se crió a base de hamburguesas, ya que las hamburgueserías habían quedado excesivamente relegadas al público infantil. En su última creación, la "Arch Deluxe" -una hamburguesa sofisticada que trata de hacerse con el público adulto a base de mostaza de Dijon, *bacon*, lechuga y tomate- se invirtieron 26.000 millones de pesetas en publicidad para atraer a una clientela más adinerada que los adolescentes.

Ray Kroc, el fundador, predijo en 1955 que la "ciencia de la hamburguesa" es un sistema que puede ser reducido a una fórmula capaz de gobernar todos los pasos del proceso. La fórmula, se caracterizaría por una sencillez tal, que incluso gente sin preparación fuera capaz de aprender el proceso.

Con las “universidades hamburguesa” verdaderas mecas de explotadores de la franquicia, ejecutivos y gerentes, nace una nueva ciencia, la “hamburguesología”. Una ciencia especializada en el estudio de la mejor forma de cocinar, producir, distribuir y mejorar las hamburguesas. Hace más de treinta años que McDonald’s ya empleaba vídeos de aprendizaje para mostrar el proceso de fabricación de una hamburguesa. Quienes llegan a la “universidad” lo hacen tras haber ascendido en el escalafón y haber logrado un conocimiento más amplio de la materia “hamburguesa”. Llegan allí a mejorar sus conocimientos y aprender nuevas tecnologías, para agilizar el proceso o nuevas formas de gerencia.

Todo el material utilizado llega de la sede central de la compañía con el ánimo de lograr que a pesar de la distancia, el estilo de la empresa sea el mismo en todo el mundo. Casi podría decirse que McDonald’s es el primer y perfecto producto clonado.

McDonalización, automatización y deshumanización

George Ritzer

La McDonalización de la Sociedad.

Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana.

Ariel, Barcelona, 1996, pp. 57-58 y 43-44.

El restaurante de comida rápida, de la manera en que llegó a evolucionar a partir del modelo McDonald's, es eficaz tanto desde el punto de vista del usuario (aunque, según veremos más adelante, también presenta una elevada dosis de ineficacia por lo que respecta al consumidor), como desde el del propietario del establecimiento. Empecemos con los consumidores que buscan un medio para satisfacer el objetivo final consistente en llenar el estómago. Podemos afirmar que cuenta con varias opciones: preparar la comida en casa, ir a un restaurante tradicional o conducir hasta un McDonald's o hasta cualquier otro restaurante de comida rápida. Comparando estas tres posibilidades, parecería que comer en un McDonald's es el medio disponible más eficaz para satisfacer el apetito de la gente. Una comida de preparación casera requiere ir al supermercado, decidir los ingredientes, cocinar, comer y, finalmente, recogerlo y limpiarlo todo. Comer en un restaurante puede ser más eficaz que hacerlo en casa, pero es muy probable que tengamos que dedicar una hora o quizás más. Comer en un restaurante de comida rápida elimina todos los pasos que comporta una comida casera y sólo es necesaria una fracción del tiempo que exige hacerlo en un restaurante tradicional.

Una vez que los consumidores entran en el restaurante de comida rápida, el proceso sigue pareciendo más eficaz. La mayoría de los aparcamientos se encuentran junto al restaurante y se accede con gran facilidad. Sólo un breve paseo nos separa del mostrador y, aunque a veces hay que ponerse a la cola, la comida se pide, se recoge y se paga habitualmente con rapidez. El hecho de que los menús sean muy limitados permite una elección bastante sencilla, lo que contrasta con el enorme abanico de posibles elecciones de platos que presentan la mayoría de las alternativas a los restaurantes de comida rápida. Obtenida ya la comida sólo unos pasos nos separan de una mesa y del comienzo de «la experiencia gastronómica». El menú incluye casi siempre un conjunto de alimentos que se pueden comer sin cubiertos, directamente con los dedos (por ejemplo, McNuggets de pollo y patatas fritas, que se pueden comer de un bocado), con el resultado de que toda la comida se consume por lo general en muy pocos minutos. Como hay muy pocos elementos que induzcan a perder tiempo, son los propios clientes quienes suelen recoger las servilletas de papel, las bandejas de *porospán* y el material de plástico, lo depositan todo en un contenedor que se encuentra muy cerca y vuelven al coche dispuestos a realizar cualquier otra actividad (a menudo, también mcdonalizada).

No hace muchos años, los directivos de los restaurantes de comida rápida descubrieron que hay una manera (la del *drive-through*) que convertía este procedimiento en mucho más eficaz tanto para ellos mismos como para el cliente. En lugar del «laborioso» e «ineficaz» proceso de aparcar el coche, caminar hasta el mostrador, esperar la cola, pedir, pagar, llevar la comida hasta la mesa, comer y tirar las sobras, el *drive-through* permitía al cliente la posibilidad de conducir hasta llegar a una ventanilla (quizás hacer cola), pedir, pagar y marcharse con la comida sin bajar del coche. Incluso era posible llegar a realizar la acción, sumamente eficaz, de comer al tiempo que se conducía, eliminando, por tanto, de esta manera la necesidad de perder tiempo para comer. El *drive-through* es también muy eficaz desde la perspectiva del restaurante de comida rápida. Cuanta más gente utilice este sistema se necesitarán muchos menos lugares de aparcamiento, menos mesas y menos empleados. Y además los consumidores se llevan consigo los restos de la comida, eliminando así también la necesidad de colocar contenedores de basura y de disponer de empleados que los vacíen periódicamente.

* * *

Como ya se ha dicho con frecuencia, la producción en cadena lleva implícita una enorme carga de irracionalidad. Está claro que se trata de una forma de trabajar deshumanizadora. Se exige a seres humanos, con un buen número de conocimientos, que realicen una serie de tareas muy simples una y otra vez. En lugar de demostrar su capacidad en el trabajo, las personas se ven obligadas a negar su condición de seres humanos y a actuar como robots. Las gentes no se realizan como tales en su trabajo; antes bien, se niegan a sí mismas. Ésta es solamente una de las numerosas maneras en que la aparentemente racionalizada producción en cadena opera de una forma totalmente irracional.

A pesar de sus irracionalidades, la cadena de montaje tuvo una gran influencia en el desarrollo de los restaurantes de comida rápida. El botón de muestra más evidente es la cinta transportadora utilizada por Burger King para cocinar sus hamburguesas. Menos obvio es el hecho de que una buena parte del trabajo en los restaurantes de comida rápida se lleve a cabo siguiendo el modelo de la producción en cadena, con las tareas divididas, por ejemplo, en pasar las hamburguesas por la plancha, ponerlas sobre el pan, añadirles la «salsa especial», y la lechuga y el tomate y colocar la parte superior del panecillo. Incluso los clientes se colocan en fila como si de una cadena de montaje se tratara; el mejor ejemplo de esta situación es el *drive-through*. Como alguien ha afirmado: «Es evidente que los elementos básicos de una fábrica se han implantado en el restaurante de comida rápida... [estamos ante] la máquina de alimentación.»

Vale la pena reseñar aquí que la producción en cadena de automóviles hizo posible la producción en serie de éstos. Y el hecho de que tanta gente pueda acceder a un automóvil sirvió para sentar las bases de los restaurantes de comida rápida y de la mcdonalización en general. El que los automóviles fueran tan asequibles condujo a la ampliación de la red de autopistas y ésta al desarrollo de la industria turística. Aparecieron restaurantes, hoteles, campings, gasolineras y otros negocios parecidos, y sirvieron como precursores a muchas de las empresas que son los puntales de la sociedad mcdonalizada. Los predecesores más conocidos fueron la cadena de moteles Best Western, que se fundó en 1946, y Holiday Inn, que tuvo su comienzo en 1952, así como el desarrollo de la cadena Howard Johnson en las décadas de los años 1920 y 1930. A finales de los años cincuenta, había alrededor de quinientos restaurantes Howard Johnson estandarizados repartidos por Estados Unidos, muchos de los cuales disponían de moteles vinculados a ellos.

Consumo de masas e identidad cultural

Claude Fischler

El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo
Anagrama, Barcelona, 1995, pp. 188-190 y 215-218

Con el supermercado, las estrategias de compras se transforman. Las «compras» cotidianas tienden a desaparecer en favor de la salida semanal (o incluso menos frecuente). La planificación de las compras se hace, pues, a más largo plazo, lo que está lejos de excluir la compra impulsiva, que, por el contrario, desde la disposición de las estantes y de las mercancías (este arte se llama *merchandising*), todo busca estimular. En los pasillos de los hipermercados los clientes practican la recolección y el aprovisionamiento a gran escala, recuperando de alguna manera comportamientos arcaicos de primates prehomínidos bajo el abrigo de la selva virgen.

El desarrollo de la gran distribución abre verdaderamente la era del consumo de masas en el dominio agroalimentario en Francia. La industrialización de la alimentación puede proseguirse y realizarse. Sus corolarios -la publicidad, el marketing de masas y las marcas- se desarrollan. Los alimentos se convierten en productos industriales en su totalidad, cada vez más transportados, incorporando un valor añadido cada vez mayor. En lo sucesivo se venden bajo una marca; se conciben, embalan y comercializan con el apoyo de todas las técnicas del marketing, de la publicidad y de las otras técnicas de promoción.

Las consecuencias en el consumo son considerables y complejas. Por una parte, los nuevos alimentos industriales tienden a estandarizarse, a homogeneizarse. Las cualidades principales que la nueva distribución espera de ellos son la regularidad, el tiempo de conservación y el *mass appeal*, es decir, el incentivo generalizado, más allá de las distinciones de edad, de clase y de cultura. En esta lógica, los sabores fuertes, las particularidades, reposan en tradiciones locales, regionales, de terruño, que tienden a diluirse en favor de un «mínimo común denominador». Los nuevos productos de masas se consumen en todos los rincones del país e incluso, cada vez más, del planeta. En todas las estanterías de los supermercados del mundo figuran el ketchup Heinz y el Nescafé, los yogures y los helados, el whisky escocés y las gaseosas.

Pero al mismo tiempo que esta estandarización, avanzando con el mismo paso que ella, se notan tendencias de sentido contrario y en principio una diversificación de los productos consumidos. Super o hiper, la gran superficie es primero un mercado, y los productos del mundo entero entran allí cada vez más. En veinte años, mil novedades se han impuesto en nuestros aprovisionamientos. Los supermercados han llevado consigo el perfeccionamiento y la generalización de la cadena del frío. Es en las estanterías de los supermercados, en especial en las vitrinas refrigeradas, donde se han visto aparecer en apretadas filas nuevos productos destinados a volverse fundamentales en nuestra alimentación. Allí han proliferado primero los yogures (vendidos aún en las farmacias antes de la guerra), luego los quesos frescos y los postres lácteos, los helados y los congelados. En las mismas «góndolas» de los supermercados se han ido imponiendo progresivamente el ketchup y los *corn flakes*, las conservas de piña y los zumos de naranja en frascos, el café instantáneo y las botellas de plástico. El maíz, el aguacate, el kiwi, los lichís, primero en conserva y luego frescos: toda clase de alimentos extraños o exóticos se ha generalizado, si no trivializado, en veinte años.

Además, en el supermercado planetario que contribuyen a instalar, los colosos de lo agroalimentario deben tener en cuenta ciertas particularidades locales cuando buscan imponer sus productos universales. Los europeos, según parece, son más hábiles en este juego que algunos de sus competidores americanos: Nestlé produce más de doscientas mezclas de café diferentes para satisfacer los gustos específicos de los mercados nacionales que abarca. Demasiado ansiosos por imponer una oferta uniforme, no del todo conscientes de las particularidades de la cultura local, los gigantes americanos a veces tienen traspies: Campbell, que quería comercializar sus sopas en botes en Brasil, tuvo un fracaso vergonzoso. Otras sociedades americanas, que querían introducir sus *cookies* en Gran Bretaña,

fracasaron también: el producto americano era blando, y a los británicos sólo les gustan las *cookies* duras.

Los apóstoles de la gastronomía y de la buena comida deploran el envase de las particularidades, el declive irremediable de la calidad, la extinción de los sabores, el triunfo de los sucedáneos. Describen con delectación morbosa el hundimiento lamentable de los quesos, la estandarización lastimosa de los embutidos, la insipidez de las frutas y de las legumbres, la homogeneización falsificadora de los vinos. El desarrollo de productos de alta gama, que ven como supervivencias lujosas o artilugios engañosos, no los consuela.

Los profetas del marketing parecen confirmar a su manera las perspectivas que desesperan a los gourmets: pronostican una uniformización casi total de las costumbres alimenticias, una «mundialización» de los gustos. Algunos dirigentes de los grupos agroalimentarios, como el presidente de Philip Morris, fundan incluso su estrategia en esta perspectiva y lo hacen saber.

* * *

Desde los años setenta, el *fast-food* ha tomado el relevo y encarnado la «amenaza» americana en las conciencias europeas. Desde su aparición en Francia, ha suscitado diatribas de una violencia destacable: la hamburguesa iba a devorar o carcomer el arte culinario francés. McDonald's y Burger King invadirían poco a poco a las ciudades francesas como siniestras metástasis. La hamburguesa y el *ket-chup* amenazaban a este arte de vivir que, según la fórmula consagrada, el mundo nos envidia. Constituían a la vez un peligro para la gastronomía y para la salud, encarnando por sí solos el declive de la gran cocina francesa y la adopción de prácticas que se consideraban dietéticamente peligrosas. En una palabra, los juicios gastronómicos, nutricionales y morales convergían para condenar implacablemente el *fast-food*. El antiimperialismo culinario, asociado o no al nacionalismo gastronómico no es, por otra parte, un monopolio francés: en Roma, la apertura de un restaurante McDonald's en la Piazza di Spagna fue recibida con una importante manifestación de protesta.

En 1990, según la profesión, el *fast-food* representa alrededor del 5 por 100 del mercado de la hostelería francesa. Pero en esta cifra la hamburguesería de inspiración americana está lejos de ocupar un lugar único: las «sandwicherías», «croissanterías» y otras «viennoiserías» representan una buena parte del mercado. Además, mientras la hamburguesería persigue su implantación en las ciudades francesas, las «croissanterías» progresan rápidamente en Estados Unidos, y la pizza se ha convertido, según lo confirman todas las encuestas, en el plato preferido de los jóvenes americanos. En realidad, el ascenso mismo del *fast-food* en los Estados Unidos, durante los años setenta, ha pasado por el «gran cracking», el sincretismo transcultural y la emergencia de un cosmopolitismo alimentario: las cadenas de *fast-food* proponen tanto pizzas, tacos mexicanos o *croissants*, como hamburguesas. Si fuera verdad que el mundo se americaniza, habría entonces que admitir que, al mismo tiempo, América se *desamericaniza*, que se convierte, por su parte, en un verdadero *melting-pot* culinario.

En el fondo, parece más cerca de la verdad decir que América, en muchos dominios del cambio económico, social y civilizatorio, ha pasado por experiencias precoces, ha vivido ya desde hace décadas fenómenos que, con variaciones locales, se manifiestan universal o ampliamente. La industrialización de la alimentación, la gran distribución, son fenómenos recientes de este lado del Atlántico; en Estados Unidos, ciertos productos alimentarios industriales, entre ellos la Coca-Cola, están en el mercado hace cien años o más. Heinz, Nabisco, Kellogg, ya estaban entre las mayores empresas americanas en los años 1880 o 1890. En este sentido, América prefigura tendencias aparecidas más tardíamente en otras partes. Considerando lo que ocurre o ha ocurrido en Estados Unidos, se pueden comprender mejor ciertos fenómenos en marcha a este lado del Atlántico. Las tendencias que se perfilan en Europa desde los años sesenta son manifiestas allí desde hace varias décadas.

En la mayoría de los países desarrollados, el cambio de los hábitos alimenticios parece orientado, en parte, según las mismas tendencias: no hay duda de que estas tendencias han nacido y se han desa-

rollado más temprano y durante más tiempo en Estados Unidos que en cualquier otro país. Así, como se ha visto, la individualización y la «desestructuración» de las prácticas alimentarias, que hay acuerdo en considerar hoy como la tendencia dominante en Europa occidental, ya han sido detectadas al otro lado del Atlántico durante los años sesenta. Ciertas características sorprendentes de la alimentación en Estados Unidos parecen volverse observables, en menor grado, en diferentes países europeos, en los medios urbanos.

Así, en Francia, pero también en buena parte de Europa y del mundo, los usos prohíben por regla general la mezcla de actividades. Aunque estos usos tiendan a cambiar, no es posible (lo que significa que, muy a menudo, no se pensaría en hacerlo) comer trabajando, escuchando una clase, haciendo las compras o cogiendo el metro. Si no se puede comer haciendo otra cosa, con mayor razón no se puede hacer otra cosa comiendo: la alimentación es una actividad socialmente protegida. Es descortés alterar la paz de una comida, por ejemplo, telefoneando. En la educación burguesa tradicional, se les inculca a los niños la lista de todo lo que está prohibido en la mesa: leer, cantar, levantarse, etc. Las infracciones se multiplican, sin duda, pero el principio permanece.

En Estados Unidos, no obstante, la alimentación parece mucho menos sometida a este tipo de coerciones. Se ha hecho «transportable» y «nómada»: es posible dedicarse a toda clase de ocupaciones bebiendo de un recipiente estanco e isotérmico, degustando distraídamente un helado o un refrigerio. En una gran biblioteca universitaria americana, se encuentra en la entrada este cartel: *Positively no food or drink allowed* («Está absolutamente prohibido beber o comer»). En cambio, no hay una prohibición explícita de fumar, la única, sin duda, que figuraría en una biblioteca europea. La misma prohibición de comer o de beber se encuentra a veces a la entrada de los almacenes y de las tiendas. Si hace falta prohibir, se debe sin duda a que la práctica existe: en efecto, se come y se bebe en las bibliotecas y los almacenes donde la prohibición no es explícita. En realidad, en América del Norte comer aparece en gran medida como *una actividad culturalmente no específica*, una práctica que no tendría estatus particular en el contexto social, que sólo sería muy poco enmarcada y estructurada por reglas de tiempo, de lugar, de orden intrínseco. Esta característica reposa sin duda en una herencia histórica y una tradición cultural particulares. Pero no hay duda de que al menos está favorecida y sobredeterminada por la evolución y el cambio socioeconómicos. Es probable, pues, que produciendo las mismas causas los mismos efectos, se manifestarán cada vez más tendencias semejantes, como es ya el caso en los demás países desarrollados.

Sin embargo, no se trata de un proceso de «americanización» en el sentido de una acumulación lisa y llana bajo las banderas conjugadas, imperialistas y comerciales de Coca-Cola, de la hamburguesa y del *chewing-gum-ballon*. Aunque América presenta ciertas particularidades culturales y culinarias muy específicas y las propaga mediante su comercio y su industria, el mundo desarrollado se americaniza menos que modernizarse, se transforma más que aculturarse.

McDonald's y los niños

Eric Schlosser

Fast Food. El lado oscuro de la comida rápida
Grijalbo, Barcelona, 2002, pp. 74-78

Aunque las cadenas de comida rápida gastan anualmente unos 3.000 millones de dólares en publicidad televisada, sus esfuerzos comerciales orientados a los niños van más allá de estos anuncios convencionales. Actualmente McDonald's Corporation gestiona más de ocho mil parques infantiles en sus restaurantes de Estados Unidos, mientras que Burger King cuenta con más de dos mil. Uno de los fabricantes de estos parques, explica por qué las empresas de comida rápida compran esas grandes estructuras en su mayor parte de plástico: «Los parques traen a los niños, que traen a los padres, que traen dinero» En la medida en que las ciudades y pueblos norteamericanos han ido gastando cada vez menos en zonas de recreo infantiles, los restaurantes de comida rápida se han convertido en lugares de reunión para las familias con hijos pequeños. Cada mes, alrededor del 90 por ciento de los niños estadounidenses de entre tres y nueve años de edad visitan un McDonald's. Columpios, toboganes y fosos llenos de pelotas de plástico han resultado poseer un eficaz atractivo. «Pero cuando se trata de ir al grano -señala un artículo sobre la comida rápida publicado en la revista *Brandweb*-, la clave para atraer a los niños es juguetes, juguetes y más juguetes.»

La industria de la comida rápida ha establecido vínculos comerciales con los principales fabricantes de juguetes del país, regalando juguetes sencillos con los menús infantiles y vendiendo otros más elaborados con un descuento especial. Las principales modas de los últimos años en el mundo del juguete -como, por ejemplo, las cartas de Pokémon, las muñecas Repollo o los Tamagochi- han sido inducidas por las promociones de los restaurantes de comida rápida. Una promoción que resulte tener éxito fácilmente duplica o triplica el volumen de ventas semanales de menús infantiles. Las cadenas suelen distribuir numerosas versiones de un mismo juguete, alentando así repetidas visitas de niños pequeños y de adultos coleccionistas que desean conseguir la colección completa. En 1999 McDonald's distribuyó ochenta versiones diferentes del popular muñeco electrónico Furby. Según una publicación denominada *Tomart's Price Guide to McDonald's Happy Meal Collectibles*, algunos de los obsequios de los restaurantes de comida rápida alcanzan hoy precios de centenares de dólares.

Rod Taylor, columnista de *Brandweek*, considera que uno de los juguetes que McDonald's regaló en 1997, una serie de muñecos coleccionables denominados Teenie Beanie Babies, ha representado una de las promociones de mayor éxito de toda la historia de la publicidad norteamericana. En aquella época McDonald's vendía, como promedio, unos diez millones de unidades de su menú infantil Happy Meal cada semana. Durante un período de diez días, en abril de 1997, en que McDonald's incluyó el mencionado regalo con cada compra, las ventas de Happy Meal alcanzaron la cifra aproximada de cien millones de unidades. Pocas veces una tentativa comercial ha logrado un índice de ventas tan extraordinario entre sus consumidores. El menú Happy Meal está destinado a niños de entre tres y nueve años; pues bien: en esos diez días se vendieron aproximadamente cuatro Happy Meal con el regalo por cada niño estadounidense de ese grupo de edad. Pero no todos los Happy Meal fueron consumidos por niños: muchos adultos coleccionistas adquirieron también el Happy Meal acompañado del correspondiente muñeco Teenie Beanie Baby, se quedaron con el muñeco y tiraron la comida.

La competencia por atraerse a los jóvenes clientes ha llevado a las cadenas de comida rápida a establecer alianzas comerciales no sólo con los fabricantes de juguetes, sino también con ligas deportivas y estudios de Hollywood. McDonald's ha organizado promociones de la Asociación Nacional de Baloncesto y de los Juegos Olímpicos. Pizza Hut, Taco Bell y

Kentucky Fried Chicken firmaron un contrato de tres años con la Asociación Nacional de Atletas Colegiados estadounidense (NCAA). Otra cadena de restaurantes, Wendy's, tiene vínculos comerciales con la Liga Nacional de Hockey. Burger King y la ya mencionada Nickelodeon; Denny's y la Liga de Primera División de Béisbol; McDonald's y la cadena de televisión Fox Kids Network, constituyen otros ejemplos de sociedades que combinan los anuncios de comida rápida con el espectáculo infantil. Burger King ha vendido croquetas de pollo con forma de Teletubbies. McDonald's cuenta actualmente con su propia serie de videos infantiles protagonizados por Ronald McDonald. La serie *Las locas aventuras de Ronald McDonald* está producida por KlaskyCsupo, la empresa responsable de series tan famosas como *Los Simpson*. En los videos aparecen todos los personajes de McDonaldlandia, y se venden por menos de cuatro dólares la unidad. «Lo consideramos un gran oportunidad -decía un ejecutivo de McDonald's en una nota de prensa- para crear una relación más significativa entre Ronald y los niños.»

Todas estas promociones entrelazadas han fortalecido los vínculos existentes entre Hollywood y la industria de la comida rápida. En los últimos años los principales estudios han empezado a reclutar a ejecutivos de dicha industria. Susan Frank, antigua directora de marketing nacional de McDonald's, se convirtió en ejecutiva de marketing de la cadena Fox Kids Network. Actualmente dirige una nueva cadena de televisión por cable orientada a la familia, de la que son copropietarias las empresas Hallmark Entertainment y Jim Henson Company, esta última creadora de los *Muppets*. Ken Snelgrove, quien durante muchos años trabajó como comercial para Burger King y McDonald's, trabaja hoy en MetroGoldwyn Mayer. Brad Balt, anterior vicepresidente de marketing en McDonald's, dirige hoy el departamento de marketing de Warner Brothers. Poco después de haber sido contratado, Brad declaró a la revista *Hollywood Reporter* que había muy poca diferencia entre vender películas y vender hamburguesas. John Cywinski, antiguo jefe de marketing de Burger King, pasó a desempeñar el mismo cargo en el departamento cinematográfico de Walt Disney en 1996, y después abandonó el empleo para trabajar en McDonald's. Así, cuarenta años después de la primera presentación promocional del payaso Bozo en un McDonald's, rodeada de acuerdos de marketing, regalos e intercambios de ejecutivos, la cultura de la comida rápida en Estados Unidos ha pasado a ser indistinguible de la cultura popular de sus niños.

En mayo de 1996, Walt Disney Company firmó un acuerdo global de marketing por diez años con McDonald's corporation. Vinculándose a una empresa de comida rápida, un estudio de Hollywood gana habitualmente entre 25 y 45 millones de dólares en publicidad adicional para una de sus películas, lo que con frecuencia duplica su presupuesto publicitario. Estos acuerdos de licencia se suelen negociar para cada filme; pues bien: el acuerdo establecido en 1996 con Disney otorgaba a McDonald's derechos exclusivos sobre toda la producción de películas y videos del estudio. Algunos observadores del mundo empresarial consideraron que era Disney quien más se beneficiaba del acuerdo, ya que obtenía una fuente constante de fondos de marketing. Según los términos del acuerdo, no se podía representar a ninguno de los personajes de Disney sentado en un restaurante McDonald's o ingiriendo alguno de los alimentos de la cadena. A principios de la década de 1980 McDonald's Corporation había rechazado una oferta de comprar Disney; una década después, los ejecutivos de McDonald's parecían ponerse a la defensiva cuando se les preguntaba por qué se había dado a Disney mayor control sobre el modo de gestionar las promociones conjuntas. «Mucha gente no puede acostumbrarse al hecho de que dos grandes marcas mundiales con este tipo de credibilidad puedan forjar este tipo de relación empresarial -le explica un ejecutivo de McDonald's a un periodista-. Se trata de sus parques temáticos, de su próxima película, de sus personajes, de sus videos... Es mucho más que una hamburguesa. Se trata de la integración de nuestras dos marcas, a largo plazo.»

El trabajo de toda la vida de Walt Disney y de Ray Kroc llegaba así a su punto culminante, uniéndose en perfecta sinergia. McDonald's empezó a vender sus hamburguesas y patatas

Informaciones complementarias sobre el tema

fritas en los parques temáticos de Disney. El espíritu de *McDonaldlandia* y el de Disneylandia, nunca demasiado alejados, se convertían finalmente en uno solo. Ahora uno ya podía comprar un Happy Meal en el «lugar más feliz de la tierra».

¿Por qué las patatas fritas saben bien?

Eric Schlosser

Fast Food. El lado oscuro de la comida rápida
Grijalbo, Barcelona, 2002, pp. 169-172

Desde hace tiempo el sabor de las patatas fritas de McDonald's ha sido elogiado por clientes, competidores e incluso críticos alimentarios. Así, por ejemplo, al célebre cocinero y crítico culinario estadounidense James Beard le gustaban las patatas fritas de McDonald's. Su característico sabor no proviene del tipo de patatas que compra McDonald's, de la tecnología utilizada para procesarlas o del equipamiento del restaurante que las fríe. Otras cadenas compran sus patatas fritas a las mismas grandes empresas procesadoras, y utilizan igualmente la variedad Russet Burbank y cuentan con freidoras parecidas en las cocinas de sus restaurantes. El sabor de la patata frita utilizada en la industria de la comida rápida viene determinado en gran parte por el aceite utilizado en la cocción. Durante décadas, McDonald's cocinó sus patatas fritas en una mezcla de aproximadamente un 7 por ciento de aceite de semillas de algodón y un 93 por ciento de grasa de vacuno. Esta mezcla daba a las patatas fritas su peculiar sabor, y también una mayor cantidad de grasas saturadas por gramo que una hamburguesa de McDonald's.

En medio de una avalancha de críticas por la cantidad de colesterol de sus patatas fritas, en 1990 McDonald's se pasó al aceite vegetal puro. Este cambio planteaba un enorme reto a la empresa: cómo hacer patatas fritas que conservaran aquel tenue sabor a carne de vacuno sin cocinarlas con grasa animal. Un vistazo a los ingredientes actualmente utilizados en la preparación de las patatas fritas de McDonald's nos da un indicio de cómo se resolvió el problema. Al final de la lista aparece una expresión aparentemente inocua, pero extrañamente misteriosa: «saborizante natural». Este ingrediente ayuda a explicar no sólo por qué las patatas fritas saben tan bien, sino también por qué la mayor parte de la comida rápida -en realidad, la mayor parte de los alimentos que los estadounidenses ingieren hoy- tiene el sabor que tiene.

Abra su nevera, su congelador o los armarios de su despensa, y observe las etiquetas de sus alimentos. Encontrará «saborizante natural» o «saborizante artificial» en casi todas las listas de ingredientes. Las semejanzas entre estas dos grandes categorías de saborizante resultan mucho más significativas que sus diferencias. Ambas son aditivos artificiales que proporcionan su sabor a los alimentos procesados. La primera compra de un producto alimentario puede ser el resultado de su envase o de su apariencia; pero las compras posteriores vienen determinadas sobre todo por su sabor. Alrededor del noventa por ciento del dinero que los estadounidenses gastan en comida se emplea en comprar alimentos procesados. Pero las técnicas de enlatado, congelado y deshidratado utilizadas para procesar dichos alimentos destruyen la mayor parte de su sabor. Desde el final de la Segunda Guerra Mundial ha surgido en Estados Unidos una vasta industria dedicada a hacer que los alimentos procesados resulten sabrosos. Sin esta industria del sabor, la actual industria de la comida rápida no podría existir. Los nombres de las principales cadenas norteamericanas de comida rápida y los artículos más vendidos de sus menús se han hecho famosos en todo el mundo, y se han incorporado a nuestra cultura popular. Pocas personas, sin embargo, son capaces de nombrar a las empresas que fabrican el sabor de la comida rápida.

La industria del sabor es muy reservada. Sus principales compañías no divulgan las fórmulas exactas de sus compuestos saborizantes ni las identidades de sus clientes. Este secretismo se considera esencial para proteger la reputación de las marcas más apreciadas. Comprensiblemente, a las cadenas de comida rápida les gustaría que el público creyera que los sabores de sus alimentos se originan, de un modo u otro, en las cocinas de sus restaurantes, y no en distantes fábricas gestionadas por otras empresas.

La autopista de Nueva Jersey atraviesa el corazón de la industria del sabor, un corredor industrial salpicado de refinerías y plantas químicas en diversas poblaciones de este estado. International Flavors & Fragrances (IFF), la mayor compañía de saborizantes del mundo, cuenta con una instalación en la salida 8A de la autopista, correspondiente a Dayton; Givaudan, la segunda empresa mundial, tiene una planta en East Hanover; Haarman & Reimer, la principal empresa de saborizantes alemana, posee una planta en Teterboro, al igual que Takasago, la mayor empresa japonesa; Flavor Dynamics tiene una planta en South Plainfield; Frutarom está en North Bergen; Elan Chemical, en Newark. Docenas de compañías fabrican sabores en los polígonos industriales de Nueva Jersey situados entre las poblaciones de Teaneck y South Brunswick. De hecho, esta zona produce alrededor de las dos terceras partes de los aditivos saborizantes que se venden en Estados Unidos.

La planta de IFF en Dayton es un enorme edificio de color azul claro con un moderno complejo de oficinas adosado a su parte frontal. Se halla situado en un polígono industrial, no lejos de una fábrica de plásticos de BASF, una empresa denominada Jolly French Toast y una planta que fabrica cosméticos para la marca Liz Claiborne. La tarde que visité IFF, docenas de camiones articulados estaban aparcados en el muelle de carga, y una fina nube de vapor flotaba sobre la chimenea. Antes de entrar en la planta hube de firmar un formulario prometiendo no revelar los nombres de las marcas cuyos productos contienen saborizantes de IFF. El lugar me hizo pensar en una fábrica de ficción: olores maravillosos inundaban los corredores, hombres y mujeres vestidos con limpias batas blancas de laboratorio realizaban su trabajo alegremente, y centenares de pequeñas botellas de cristal se alineaban en las mesas de laboratorio y las estanterías. Las botellas contenían potentes, aunque frágiles, productos químicos saborizantes, protegidos de la luz por el color pardo del cristal y los tapones redondos de plástico fuertemente apretados. Los largos nombres químicos sobre las etiquetas blancas me resultaban tan incomprensibles como el latín medieval. Eran extraños nombres de cosas que se mezclarían, se verterían y se convertirían en nuevas sustancias, como pociones mágicas.

No fui invitado a ver las áreas de fabricación de la planta de IFF, en las que se creía que yo podría descubrir secretos comerciales. En lugar de ello, recorrí varios laboratorios y cocinas piloto, donde se prueban o reajustan los sabores de las marcas más consolidadas, y donde también se crean sabores completamente nuevos. El laboratorio de aperitivos de IFF es el responsable del sabor de las patatas *chips*, los panes, las galletas saladas, los cereales de desayuno y la comida para animales domésticos. El laboratorio de repostería diseña el sabor de los helados, las galletas dulces, las golosinas, las pastas de dientes, los líquidos para enjuague bucal y los antiácidos. Dondequiera que miraba, veía productos famosos y ampliamente anunciados alineados en mesas de laboratorio y estanterías. El laboratorio de bebidas está lleno de líquidos de brillantes colores en botellas transparentes, que contienen los sabores de populares refrescos, bebidas deportivas, té embotellados y bebidas a base de vino y zumo de frutas, además de zumos naturales, bebidas de soja, cervezas y licores de malta. En una cocina piloto vi a un atildado químico, un hombre de mediana edad con una elegante corbata bajo su bata de laboratorio, preparando cuidadosamente un lote de galletas escarchadas y espolvoreadas de rosa y blanco. En otra cocina piloto pude observar un horno de pizzas, una parrilla, un aparato para hacer batidos de leche y una freidora de patatas fritas idéntica a las que había estado viendo tras el mostrador de innumerables restaurantes de comida rápida.

Además de ser la mayor compañía de saborizantes del mundo, IFF fabrica el olor de seis de los diez perfumes más vendidos en Estados Unidos. Fabrica el olor de Beautiful, de Estée Lauder; Happy, de Clinique; Polo, de Ralph Lauren, y Eternity, de Calvin Klein. Y también fabrica el olor de productos domésticos como desodorantes, detergentes de lavavajillas, jabón de baño, champú, pulimento para muebles y cera para suelos. Todos estos aromas se confeccionan mediante el mismo proceso básico: la manipulación de sustancias químicas voláti-

les para crear un olor determinado. Así, la ciencia básica que se halla tras la fragancia de nuestra espuma de afeitar es la misma que gobierna el sabor de nuestra comida rápida.

Las franquicias de los restaurantes de comida rápida

Carlos Alberto Mora Sánchez y Carlos Hernando Aristizabal

“Notas sobre las franquicias en el sector de alimentos”

El impacto económico de las franquicias del sector de alimentos de la ciudad de Santiago de Cali, Universidad del Valle, Cali, 2002 (selección y presentación a cargo de Carlos Osorio)

La franquicia se refiere a la práctica que otorga un derecho de explotación para realizar una actividad económica en determinadas zonas geográficas, con beneficios económicos para las partes, es decir, tanto para quienes otorgan los derechos como para quienes los usufructúan. El símbolo más representativo de este creciente negocio es quizás la cadena de *fast food* estadounidense McDonald's que cuenta con más de 19.000 locales en el mundo, operados por el sistema de franquicias.

La franquicia tiene gran aceptación, especialmente en países desarrollados y representa un porcentaje significativo en el crecimiento de la economía de estos países. En el caso de Estados Unidos, por ejemplo, el rubro de ventas generado por las franquicias del sector de alimentos creció del año 1985 al año 1990, de 48,9 millones de dólares a 86.1 millones de dólares, correspondiente a un 12% de crecimiento anual. En el caso de los países en vía de desarrollo comienza a incursionar esta modalidad con gran fuerza, en los últimos 5 años, por ejemplo, el sistema de franquicias en Chile experimentó un crecimiento promedio del 30%, cifra que la posiciona muy bien en el proceso general de expansión de este negocio en América Latina.

Las franquicias son un sistema mediante el cual grandes marcas han logrado expandirse sin comprometer recursos financieros propios, delegando, mediante un contrato, el poder de comercializar sus productos. Los empresarios utilizan el nombre o marca registrada con la técnica de mercado o formato de negocio de la Casa Matriz o franquiciador, a cambio del pago de una licencia de funcionamiento o unas regalías sobre las ventas que se realicen en ese punto de venta.

El proceso expansionista del negocio mediante el sistema de franquicias ha encontrado en Latinoamérica un importante mercado, principalmente para firmas de los Estados Unidos. Algunas medidas tomadas por los gobiernos locales favorecen la irrupción de sistemas de establecimientos organizados mediante el sistema de franquicias.

La franquicia se puede considerar como una tecnología blanda o social, es decir, una forma organizativa que modifica la configuración de los procesos productivos y las estructuras de mando para la toma de decisiones con una concepción integral de la empresa. Se trata de tecnologías que han sido incorporadas en beneficio de una economía abierta, no solo de capital extranjero sino de complejos mecanismos de generación de nuevas empresas.

En una franquicia, una de las partes se denomina franquiciante, y le otorga a la otra, el franquiciatario (persona que adquiere esos derechos y establece su propia empresa a imagen y semejanza de la del franquiciante), la licencia para el uso de su marca y/o el nombre comercial, así como sus conocimientos y experiencias (*know-how*), para la efectiva y consistente operación del negocio.

El *know-how*, es el elemento indispensable en el sistema, de hecho, en cualquier cadena de distribución, el *know-how* del franquiciador permite a éste crear y/o seleccionar la colección de productos más adecuados para satisfacer la demanda. Esta experiencia va acompañada de otros muchos aspectos tales como: el mantenimiento de las existencias adecuadas, técnicas de ver los métodos de gestión del negocio, presentación de la oferta, plan de mercadeo y otros.

El *know-how* o conocimiento, no puede ser un elemento estático, sino que es preciso actualizarlo continuamente. Las técnicas del negocio deben estar poniéndose siempre a punto y siendo controladas por el franquiciador. La franquicia es un contrato de ejecución sucesiva y se basa en la reacción del mercado ante las circunstancias internas y externas que se producen continuamente.

El *know-how* es el secreto del negocio y la forma de hacer las cosas. Se refiere a un saber que debe ser mantenido en secreto por voluntad del franquiciante, pues se trata de aquellos conocimientos prácticos para alcanzar un determinado objetivo. El *know-how* posee cinco características esenciales: debe ser práctico, original, específico, en constante desarrollo, fácilmente transmisible.

En cada uno de los elementos que hacen parte de un contrato típico de un negocio de franquicia, debe quedar claro que el franquiciado se compromete a usar siempre la marca del franquiciante y sus signos distintivos, lo mismo que a seguir las instrucciones en el desempeño de sus actividades y en la administración de los productos de la marca.

El franquiciante adquiere el compromiso de entrenar al franquiciado para la conducción del negocio y la organización del trabajo. Las instrucciones del franquiciante pueden llegar hasta la decoración del local, el uniforme de los empleados y los detalles mínimos de la presentación.

En el contrato de franquicia se establece una forma de retribución del franquiciado al franquiciante, a cambio de los servicios y de la asistencia que éste le presta durante la vigencia del acuerdo. Por norma general se paga una suma fija de dinero al franquiciante al principio de la relación y una regalía durante el transcurso de ella.

El contrato de franquicia es un convenio de tipo personal aunque se trate de una sociedad (el término de duración del contrato de franquicia es usualmente de cinco a diez años, así como las condiciones de su renovación). La muerte o incapacidad del dueño operador o la de éste es causal de rescisión del convenio ya que no necesariamente los herederos del operador están calificados para continuar el negocio.

En los contratos de franquicia se establece una zona de actuación a favor del franquiciado en la que desarrolla su negocio. Es una ubicación específica, cuya determinación puede, en algunos casos, incidir en el éxito de la operación de franquicia.

A continuación se presenta un breve repaso sobre la forma como se ha dado el desarrollo del sistema de negociación por franquicias, especialmente en el sector de alimentos, en algunos países de Latinoamérica.

Caso Mexicano

Los antecedentes de las franquicias en el caso mexicano son sumamente recientes, McDonald's tomó la decisión de entrar a este país en los años ochenta en un momento de dificultad económica y de incertidumbre acerca del futuro del país. Con el ingreso de McDonald's se abrió paso al ingreso de otras importantes franquicias norteamericanas entre las que figuran: Howard Jhonson, TGI Fridays y Fuddruckers. Algunos ejemplos de franquicias del sector de alimentos en este país, son:

- Burger King (restaurante)
- McDonald's (restaurante)
- Arby's (restaurante)
- TCBY (yogurt)
- Kentucky Fried Chicken (pollo frito)

- Subway (sandwich)
- Chili's (restaurante)
- TGI Friday's (restaurante)
- Domino's Pizza (pizza)
- Fuddruckers (hamburguesa)
- Wendy's (hamburguesa)
- Hard Rock Café (restaurante)
- Pizza Hut (pizza)
- Dairy Queen (helado)
- Denny's (restaurante)
- Jack in the Box (restaurante)

Caso Brasileiro

Las franquicias en Brasil surgieron de una forma muy distinta a la de los demás países que importaron sus primeras franquicias de Estados Unidos. Las franquicias extranjeras fueron desalentadas a entrar en este voluminoso mercado por los controles de divisas que restringen la salida de regalías y dividendos; lo que favoreció un desarrollo propio de las mismas. A mediados de los cincuenta, Brasil ya contaba con tres franquiciantes que operaban con esquemas de formato de marca y producto. Pero el gran boom de las franquicias en este país se produjo a mediados de la década de los ochenta. Hacia el año de 1996, Brasil ya contaba con 560 franquicias de alta complejidad y de las cuales sólo el 12% eran de origen extranjero.

Caso Argentino

En la Argentina está operando un gran número de franquicias, tanto de origen nacional (algunas en productos tan típicos como las empanadas) como extranjeras, estas últimas con presencia en numerosos países.

Un factor importante que explica el éxito de ciertas franquicias extranjeras es que gran parte de la cultura Argentina se asemeja en sus preferencias a los principales países de Europa y a los Estados Unidos, lo que garantiza, a priori, una buena receptividad. Sin embargo, esto último no es un concepto absoluto, dándose casos de empresas de éxito internacional, cuyo desembarco en la Argentina no fue feliz, como es el caso de Domino's Pizza.

En otros casos, el diseño original de los ambientes y hasta los menús y la forma de preparación de los productos debieron ser adaptados a los gustos y preferencias argentinos. Así, Schlotzsky's Deli, una cadena de restaurantes de servicio rápido, se expande con éxito en la Argentina, luego de haber adaptado sus manuales operativos y el diseño de sus salones los gustos locales.

A su vez, ciertas cadenas han experimentado un notorio retroceso: tal es el caso de Pumper, que hoy cuenta con la mitad de los locales que alcanzó en sus buenos tiempos, y comparte el mercado de las hamburguesas con McDonald's, Burger King y Wendy's, entre otros; probablemente, este es el sector de mayor y más despiadada competencia entre cadenas. En el rubro de pizzería aún no compiten tantas cadenas internacionales, lo que en parte se explica por el importante desarrollo del sector en el país mediante comercios tradicionales. De todos modos, Pizza Hut está expandiéndose a un ritmo acelerado y han surgido pequeñas cadenas locales como opción de franquicia.

Caso Colombiano

Desde hace más de diez años, cadenas de comidas rápidas como Burger King y Pizza Hut entraron al país bajo la modalidad de franquicia y en términos generales han crecido de manera progresiva. KFC es apenas una de las tantas franquicias internacionales que llegaron a Colombia en la última década, especialmente de Estados Unidos y dedicadas al negocio de comidas.

Dunkin Donuts que abrió sus puertas en Bogotá en el año de 1982, tiene en la actualidad 65 locales ubicados en las principales ciudades del país. Sin embargo, todos los casos no han presentado siempre buenos resultados, ejemplo de ello es Burger King, que salió del país en el año de 1985 después de haber hecho presencia durante cinco años.

Otra franquicia, que se encuentra en el negocio de los helados, es Yogen Früz. Luego de estar cuatro años en el país cuenta con un total de 34 tiendas, todas ellas de propiedad de los dueños de la marca de origen canadiense.

Pero sin lugar a dudas, ninguna de las franquicias internacionales que ha llegado a Colombia ha despertado tanto interés como McDonald's, su esquema de negociación, que ofrece una licencia a través de la cual se puede subfranquiciar, ha generado un gran crecimiento en el número de restaurantes abiertos.

El contrato de franquicias en Colombia es atípico, es decir no se encuentra regulado expresamente en la legislación colombiana, es por ello de trascendental importancia la definición de las cláusulas del mismo, con el fin de que estas puedan anticiparse a situaciones futuras que pueden tener lugar durante la relación contractual, debido a que una falta de reglamentación del mismo no va ser fácilmente subsanada por las normas existentes; por tanto, serán estas cláusulas las que regirán los destinos de la relación.

Hábitos alimentarios y hábitos agrarios

José Bové y François Dufour

El mundo no es una mercancía. Los agricultores contra la comida basura.
Icaria, Barcelona, 2001, pp. 81-85 y 118-122

¿Qué es la "malbouffe"?

José Bové: La primera vez que usé esta palabra fue el 12 de agosto, delante del McDonald's de Millau (ciudad del sureste de Francia), discutiendo el discurso con mis colegas; al principio usé la expresión *bouffe* de merde (bazofia de mierda), e inmediatamente la transformé en *malbouffe* porque sonaba más educado. La palabra ha dado en el clavo, quizá porque a través de la alimentación, más allá del control sanitario, se refiere también a los temas del paladar y la forma de alimentarse. La *malbouffe* consiste en comer de cualquier manera. No se trata de un concepto, no se ha desarrollado ninguna teoría. Se ha convertido en algo que afecta a todo el mundo, pero en lo que la gente no está necesariamente de acuerdo. La palabra expresa un malestar experimentado de forma confusa, que mezcla denuncia y culpabilidad.

Para mí, se trata por un lado de la alimentación estandarizada, que McDonald's representa a la perfección, un paladar uniforme de un extremo al otro del planeta; y por otro lado, está la elección y la seguridad alimentaria, con los problemas de las hormonas, los organismos genéticamente modificados, los restos de pesticidas, todo lo cual afecta a la salud. Por tanto, el aspecto cultural y el aspecto de la salud. La *malbouffe* apunta también a la agricultura industrial, es decir, a la alimentación en cadena, no necesariamente bajo la forma de producto elaborado como en el McDonald's, sino las industrias cárnicas del pollo, el cerdo, etc. Por medio del concepto de *malbouffe* se cuestiona en realidad toda la cadena de la agricultura y una forma de alimentación. Durante el verano de 1999, la alimentación ha entrado a formar parte del debate político; ya no es sólo una cuestión de miedo alimentario.

François Dufour: Hoy en día se retoma este término, y el conjunto de la población empieza ya a comprenderlo, para estigmatizar la agricultura que ha defendido su desarrollo por encima del paladar, de la seguridad sanitaria y de la identidad cultural y territorial de los productos. La *malbouffe* es también la consecuencia derivada de un flujo máximo de los capitales con el fin de conseguir un rendimiento máximo de la producción y de productos sobre una superficie de terreno mínima. Como consecuencia de estos métodos de producción, la misión del campesino, que es la de producir y alimentar, pierde su sentido original.

Pero la alimentación en el McDonald's es más bien higiénica y fiable, ¿no?

J. B.: En McDonald's, en teoría, las normas de higiene son muy estrictas, quizá más severas que la legislación en vigor; McDonald's ha hecho de la higiene su imagen como marca. El problema es que esto se basa en productos totalmente asépticos, que vienen congelados. Se trata de una fabricación centralizada. La de los filetes se lleva a cabo en Orleans, la de las patatas fritas en Lille, las ensaladas se preparan en Perpiñán, el pan en la región parisina. Todo llega a cada McDonald's en camiones con cámaras frigoríficas: las rupturas de la cadena de frío entre la cámara frigorífica y los lugares de venta al público pueden ser importantes. Contamos con el testimonio de muchos directores de McDonald's que exponen su obligación de hacer las cosas de forma rápida para ser rentables. Por ejemplo, al igual que todos los platos tienen un límite de horas para su consumo, no es tan inusual que se cambien las etiquetas de las ensaladas para llevar, si se acercan al periodo de caducidad (como declaró un antiguo director de McDonald's en el Canal+ francés en el telediario de Philippe Gildas). Son prácticas que conocíamos, pero que ahora se han confirmado públicamente.

También hay problemas con las bebidas: No se sirven en latas o botellas, sino en vasos; son jugos que vienen ya preparados, a los que se enchufa directamente al gas y al grifo del agua. Si hay algún problema con la calidad del agua...

Las normas de higiene son muy estrictas, pero las prioridades de rentabilidad y de rapidez hacen que estas normas puedan esquivarse en un momento dado y provocar situaciones de riesgo. Se trata de una alimentación estandarizada, bajo la misma presentación y con una composición de las hamburguesas idéntica en todo el mundo; de hecho, es un tipo de comida que no viene ningún sitio en concreto, ni siquiera de la cultura americana. El mismo logotipo, la misma organización del «restaurante» para una comida rápida (¡pero no necesariamente un servicio rápido!), para engullirla deprisa, a la carrera. Sucede lo mismo en todos sus competidores directos: Quick (franquicia belga), Burger King, etc. He aquí el motivo por el que a nuestros ojos McDonald's simboliza la mundialización anónima, vacía del sentido de la alimentación.

Nuestra sociedad mercantil ofrece al consumidor alimentos preparados, listos para ser consumidos. Cada vez conocemos menos la forma primitiva de lo que comemos; ¿no deja esta situación el campo libre para el fraude alimentario?

J. B.: Claro. En la medida en que la distancia entre el lugar de producción y el de consumo es más grande, la cadena de conservación se ve forzosamente alargada; a esto hay que añadir las manipulaciones cada vez más complejas, el acondicionamiento, etc. Porque rara vez se consume el producto tal y como sale del campo: éste se transforma, se le da una forma nueva, a menudo varias veces, hasta obtener la forma de plato cocinado, para ser consumido «a domicilio» sin preparación alguna. La industria alimentaria ha pasado rápidamente a considerar al productor agrícola como un mero proveedor de materias primas cuyas características deben responder a las exigencias de fabricación; no a las del consumidor, o si acaso, por casualidad. La cadena que se sigue ya no es la misma y la gente ya no compra el producto en su forma original. La estandarización de los productos preparados y la restauración por franquicia, a menudo banalizada por cuestiones de rentabilidad, son las dos caras del mismo fenómeno.

A la gente le preocupa comprarlo todo hecho, pero se tranquilizan diciéndose: El sabor de «lo preparado» es estándar, ya sabemos con lo que nos vamos a encontrar bajo el envoltorio. Es al mismo tiempo un ahorro de tiempo y de dinero: Este fenómeno cultural se asienta por momentos. No existe ya la transmisión del arte de alimentarse y cocinar. Esto constituye a la vez una pérdida de las raíces familiares, y de los vínculos con un lugar o una forma de vida. Este modo de vida no se corresponde con asentarse en algún sitio, con un territorio, o con una cultura. En realidad, la gente vive «fuera de lugar».

Hay asociaciones, por ejemplo en los suburbios parisinos, en Ille-Saint-Denis, que trabajan sobre estas cuestiones, sobre la forma de alimentarse. Sus promotores organizan encuentros acerca del paladar y la compra de alimentos que muestran a los participantes la importancia de volver a interesarse por la preparación de las comidas, explicándoles el ahorro que supone cocinar los productos de base. Invitan a los vecinos de un barrio o de un bloque a intercambiar platos típicos de su región o país entre ellos. En definitiva, esto es menos caro, mejor, y se participa de la alegría de vivir, ya que la alimentación pierde a menudo su dimensión colectiva, festiva y cotidiana. Alimentación y placer van inevitablemente unidos, o deberían, pero hoy en día no es tan frecuente que las familias se reúnan para cenar todos juntos.

Según los dietistas y nutricionistas, las comidas en familia son una práctica cada vez menos frecuente. Cada uno entra en la cocina cuando le conviene, coge un plato preparado congelado y lo mete en el microondas. Y a veces se va sin decir palabra para comérselo delante de la televisión.

J. B.: Ésta es una gran pérdida. Salvo algunos domingos o un día de fiesta, la comida ya no es un elemento importante del día, un momento para convivir y compartir. Es también una opción cultural, la de tener la impresión de vivir en una sociedad moderna, y un modo de vida impuesto por las exigencias del trabajo (al menos para quien trabaja): horarios, desplazamientos, el trabajo de los dos cónyuges, etc.

Es también un reflejo de un cierto vacío espiritual, ya que esta constante en las comidas y la alimentación vale también para el nacimiento y la muerte. Esta última no está asumida, no se acepta a los moribundos viviendo en casa, así que se han creado sitios con este fin, donde se pierde toda la espiritualidad de este momento. Todo sucede en el exterior. En realidad, la muerte se convierte en un producto estándar como la alimentación. Otro tanto podemos decir de la medicalización de los nacimientos. A decir verdad, la técnica poco a poco va vaciando de sentido todos los momentos importantes de la vida. Todo está unido: el nacimiento, la muerte y la alimentación, son aspectos que van unidos.

* * *

El 7 de enero de 1995, uds. destruyen un stock de maíz transgénico de la empresa Novartis en Nérac, en Lot-et-Garonne. El 5 de junio de 1999 reiteran su acción contra plantas de arroz transgénico, preparado por el CIRAD, en Montpellier. Y en noviembre de 1999, desde Washington a Seattle, les encontramos a ambos manifestándose con los campesinos y los consumidores en contra de la «comida Frankenstein», es decir, los alimentos que contienen organismos modificados genéticamente. ¿Por qué están uds. en contra de los OGM?

J. B.: Nosotros cuestionamos su naturaleza misma y rechazamos su utilización en la agricultura. Son plantas a las que se les ha cambiado la «programación» natural de la especie. Se interviene sobre el genoma de la planta; el genoma es el conjunto de genes que caracterizan una especie. Los genes son portados por los cromosomas: el principio consiste en fijar a la planta, mediante manipulación directa, un gen foráneo -pero que tiene la propiedad que se busca- en un cromosoma de dicha planta. Según algunos científicos, se puede manejar sin problema estos genes, independientemente de las especies vegetal, animal o humana. Siguiendo los criterios «mejoradores» que se pretendan, se casan vegetales y animales, hombre y cabra. Así, se encuentran genes de una bacteria de cólera en la alfalfa, pollo en la patata, escorpión en el algodón, pescado en los tomates y las fresas, luciérnaga en el pescado, trucha en las carpas, hámster en el tabaco, tabaco en la lechuga, humano en el arroz, el tomate, la patata, la oveja (el cordero)... ¿Para qué sirve esto? Se comprende enseguida al saber que la manipulación del gen de una planta o de un animal permite convertirte, mediante la realización de una patente industrial, en propietario de todos los animales y plantas modificadas que, a continuación, se reproducirán por ellas mismas. Para más tarde, al comprar las semillas competidoras para patentarlas a su vez o hacerlas desaparecer del mercado, convertirte en propietario de la especie entera. Es el derecho industrial, el derecho de las mercancías, aplicado a los seres vivos. La manipulación genética es el medio de cobrar royalties sobre los organismos vivos.

¿Pueden los OGM mejorar el ejercicio de su trabajo?

J. B.: No necesitamos los OGM para hacer nuestro trabajo. En agricultura, sólo sirven para zanjarse mal y de forma peligrosa los problemas planteados por el productivismo, en particular los del monocultivo, que concentra los parásitos (insectos y malas hierbas) que los pesticidas no logran combatir. De esta forma, se introduce en un cromosoma del maíz el gen de un organismo naturalmente insecticida, es decir, que segrega una molécula química que mata los parásitos de las plantas. Dicho claramente, el maíz produce y contiene el pesticida durante toda su vida vegetal. Cuando una oruga mordisquea el maíz, muere allí mismo. Otro ejemplo: un campo de colza modificado genéticamente para que sea resistente a un herbicida total (vendido por la misma empresa que vende las semillas de colza OGM) podrá entonces ser rociado copiosamente con ese herbicida, sin daño para la planta, «vacunada» de ese modo contra el herbicida. Y se continuará con el monocultivo en extensiones aún mayores, sin ocuparse ni del suelo ni de la contaminación genética. ¡Porque peligros, sí hay!

El pesticida no desaparece de la semilla. En el caso de nuestro maíz, los insectos predadores de la piral (una mariposa cuya larva devora los tallos del maíz) ingieren de esta forma el veneno. Los pesticidas se acumulan y se concentran en la cadena alimentaria. El hombre

es el gran animal al final de la cadena. Además, el «bricolaje» necesario para la modificación genética de las plantas, utiliza en ocasiones antibióticos como genes «marcadores»; de ahí la proliferación de genes resistentes a los antibióticos, con el (consiguiente) peligro de repercusiones para el hombre. En Brasil, se ha detectado un aumento de las alergias a la soja con el aumento de la soja transgénica en la alimentación. La preocupación más reciente: ratas de laboratorio que habían comido patatas transgénicas sufren graves problemas inmunitarios. Por último, no se ha realizado ningún estudio para estudiar la acumulación en la cadena alimentaria de sustancias tóxicas esparcidas o contenidas en los OGM o en las conjugaciones de varios residuos de OGM diferentes. Estos riesgos de «efecto bola de nieve» no están evaluados.

¿Constituyen estos riesgos una amenaza para la fauna salvaje y la flora silvestre?

F. D.: Desde nuestro punto de vista, el riesgo más importante en el que se incurre con los OGM es el de su diseminación en la naturaleza, ya que ésta puede causar daños importantes e irremediables a la biodiversidad. El viento y las abejas, vectores habituales de polen, transportan el polen de los OGM y lo depositan sobre los cultivos vecinos, incluso sobre las hierbas silvestres de los terrenos baldíos adyacentes. De esta forma, las plantas del entorno se hacen resistentes a los herbicidas o pesticidas sintetizados por las plantas genéticamente modificadas. Nos amenaza una jungla del segundo tipo, una proliferación incontrolada de «plantas locas»; y a la larga, la desaparición de toda planta en estado natural. De ahí el riesgo de una modificación radical, violenta e incontrolada de la biodiversidad del mundo. En los Estados Unidos se observan ya los estragos de los OGM sobre la población de mariposas monarcas.

Aislar los campos de OGM de los cultivos que pudieran polinizar, ¿no permitiría dar respuesta a estos temores?

J. B.: Para evitar este riesgo de diseminación, la normativa prevé un «perímetro de protección» alrededor del cultivo de OGM. Pero éste no sirve de nada. Los últimos estudios realizados en Estados Unidos sobre los campos de colza, con franjas de cincuenta metros de largo de tierra sin cultivar alrededor de los campos «transgénicos», demuestran que se da una polinización cruzada hasta a 4,5 km de distancia. Hoy nos damos cuenta de que el cultivo de OGM es excluyente de todos los demás. En la práctica, la contaminación genética introducida por los OGM hace que los agricultores que no quieren utilizarlos no puedan garantizar que sus producciones están libres de ellos. Esta contaminación, incluso cuando es potencial, causa un enorme perjuicio a los agricultores biológicos, que pueden perder su *bioetiqueta* si sus campos son colindantes a los de OGM. Es una técnica totalitaria. Hay que decir no a los OGM, no hay alternativa posible.

Pero, ¿no se han sometido a prueba estos OGM antes de comercializarlos?

J. B.: Las grandes compañías semilleras y farmacéuticas han apostado por una política de hechos consumados: Convertir a los OGM en algo ineludible puesto que ya están diseminados en la cadena alimentaria y en el medio ambiente (en particular por los productos importados, como la soja y el maíz procedente de los Estados Unidos y de Sudamérica). Y obtener así una reglamentación mínima por parte de los estados. Estamos convencidos de que si se tomaran en cuenta los costes de evaluación (muy elevados, ya que dicha evaluación puede llevar de cinco a diez años) de los efectos de los OGM sobre la cadena alimentaria y sobre el medio ambiente, lo cual es indispensable, se constataría que no son rentables. Pero esas evaluaciones nunca se han llevado a cabo. Además, a pesar de que el 98% de los OGM son plantas pesticidas, no son sometidas a la opinión de la comisión de tóxicos, como ocurre con los pesticidas y los herbicidas. Las empresas agroquímicas se las han arreglado para que los OGM no sean clasificados como productos fitosanitarios, con el fin de evitar que su imagen resulte intolerable al consumidor y para evitar una traba administrativa más a su lanzamiento en el mercado.

F. D.: Hay que añadir que los OGM anunciados como de una duración física y comercial de diez años, resultan eficaces sólo durante un corto tiempo. Las plantas e insectos parásitos, al mutar, se vuelven resistentes al «tratamiento». Hay que cambiar entonces de pesticida y, por tanto, de OGM, porque si no la empresa pierde mercado. Y hete aquí que, para jugar a la contra de esta bajada de la eficacia, se lleva la broma hasta aconsejar a los agricultores que planten simultáneamente en el mismo campo variedades «no OGM» para que sirvan de refugio a los parásitos, ¡para que éstos no muten demasiado rápido! Esto es lo que acaba de hacer en enero de 2000 el Ministerio de Medio Ambiente de Estados Unidos, que -por este motivo- recomienda a sus granjeros que desciendan por debajo del 50% las variedades del OGM en una misma parcela. ¡Es grotesco!

Cocina tradicional, nueva cocina y cocina iberoamericana

Esther Sánchez Botero

Recetas de la abundancia

Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2001, pp. 11-12 y 18-20

Probablemente uno de los espacios materiales donde mejor pueden apreciarse las profundas raíces del mestizaje cultural que caracteriza a los pueblos iberoamericanos es la cocina, pese a que por ser una actividad que se ejerce diariamente, oculta, por la fuerza de la costumbre, sus grandes significados. También porque las difíciles circunstancias económicas de nuestros países han propiciado una precaria idea del comer como un hecho de estricto cumplimiento biológico. Pero es sabido que este, en apariencia, sencillo rito cotidiano implica un complejo proceso que abarca aspectos cruciales de la sociedad: la agricultura, la pesca, el comercio, la nutrición, la salud y, desde luego, un arte consumado que se transmite de generación en generación, que involucra con el olfato el gusto y la vista una parte fundamental de la personalidad de los individuos y de las naciones. *Somos lo que comemos*. Y ese saber antiguo que permite combinar sabores, aromas y disposiciones de forma particular y estricta en cada región se vuelve con el tiempo un código que identifica y enlaza para siempre con la tierra.

Ese intenso proceso por el que una manera determinada de mezclar los alimentos llega a tener éxito y se comparte colectivamente es no sólo cambiante, sino el reflejo y la interpretación de sucesos y actitudes históricas. En una receta, pues, encontramos el relato, a su manera, de un aspecto en la vida de un pueblo. Por tanto, es un testimonio genuino de la cultura que la crea, la transforma y vuelve parte de sus hábitos y valores. Esa receta que se ha preparado y probado miles de veces nos da una seña de identidad y pone de presente una manera de ser, de vivir y de percibir el mundo única y particular.

En este libro de la antropóloga Esther Sánchez Botero se aprecian los sutiles juegos de apropiación, rechazo e intercambio que han llevado a consolidar un rico y variado patrimonio gastronómico en nuestro continente y en España, en un proceso que ha sido de doble vía y que, como ella lo demuestra con propiedad, no cesa de evolucionar. En el caso de América y España nos encontramos no sólo ante la simple adición de ingredientes y formas de mesa, sino en una profunda transformación que es más que la suma de los elementos que la componen. La unión de las cocinas americanas y españolas es, más allá de la combinación de sus ancestrales preferencias alimenticias, la creación de un nuevo horizonte cultural que se le ofrece al mundo entero. Destacamos, al referirnos a la abundancia que se señala en el título de este libro, que no se hace alusión únicamente a la gran cantidad de ingredientes con que se dispuso al añadir los frutos vegetales y animales del trópico a los de la zona templada de la península y a sus formas ingeniosas de cocción, sino a la riqueza en creatividad, inteligencia, refinamiento y sensibilidad con la que han sido asociados.

* * *

Las comidas especializadas, las rápidas, las de marca (que son formas particulares como algunos productores se manifiestan en el mercado, con estereotipados empaques, nuevos sistemas higiénicos, cadenas, etc.) son el resultado de las apropiaciones de transferencias que entrañan los nuevos modos de servicio de comida al cliente. Esta realidad, mirada positivamente, representa potencialidades ya que invita a fortalecer la capacidad local, regional y nacional de las expresiones gastronómicas, de manera que se registren innovaciones y modos de disponer los alimentos recreados en formas y sabores, pero, a la vez, en muchos casos marcados con una identidad particular que permite reconocer las categorías que la distinguen. Esas categorías propias de un sistema gastronómico y culinario van mucho más allá de la combinación de materias primas, animales, vegetales, minerales e incluso artificiales; los regis-

tros en el paladar van configurando también un lenguaje con las expresiones de textura, color y forma, entre otros. Pero cuando se da paso a otra cultura y la propia se va volviendo extraña se pone en peligro un patrimonio vivo invaluable.

Este panorama puede lucir desalentador para las visiones que buscan fortalecer la identidad y la cultura de los pueblos a partir de la idea de que lo “tradicional o lo propio” es estático y representa la reproducción a la manera “de antes”. Pero esos procesos de globalización también engendran otros fenómenos paralelos a partir de la incorporación de elementos específicos del modelo introducido. La extensión del modelo para ser reproducido o adaptado a otras recetas incluye una “deformación del modelo” primario con “recreaciones desde lo local”, que permite su incorporación al sistema propio y de manera apropiada. Esa actividad, como proceso mental, implica, por ejemplo, la adecuación a tamaños y proporciones culturalmente definidos y la exaltación de colores e incluso texturas inspiradas en el producto externo, pero utilizables por el sistema receptor. Manifiestan la resistencia local a incorporar acríticamente lo globalizado, y desata respuestas de autoafirmación de lo propio muy interesantes. Ese movimiento genera otro tipo de “productos tradicionales” o “típicos” convertidos a formas globalizadas, lo cual representa adaptaciones consideradas necesarias para que esos productos tradicionales puedan sobrevivir y fortalecerse de acuerdo con otros signos de los tiempos.

Las escuelas y programas de cocina que se transmiten por los canales internacionales de televisión han creado un doble impacto. La enseñanza exclusiva de una comida “internacional”, “elegante”, “afrancesada”, que es la que en general se enseña y aprende, modifica negativamente las estructuras de un orden mental en cuanto se desvaloriza lo propio pensado como “de baja categoría”. Si bien es posible en nuestros países comer al mejor estilo francés o italiano, en un porcentaje significativo se termina en procesos de descaracterización que deforman lo originario y también lo externo. Es frecuente en nuestros países encontrar en las cartas de restaurantes palabras que son deformaciones del nombre de un plato en el idioma original, lo cual se refleja también en el plato mismo. Otro efecto, este sí positivo, permite codificar nuevas técnicas, distintas manifestaciones estéticas, texturas y recetarios, que pueden contribuir a recrear la oferta local con un resultado sinérgico donde el producto es una manifestación gastronómica nueva, mezcla de dos o más contextos culturales, positivamente potenciados. Un excelente ejemplo es la aplicación de la “nueva cocina” a la gastronomía. Restaurantes sofisticados exaltan la forma propia, estética que caracteriza esa moda, y aplicada sobre una selección de recetas propias, lo que da como resultado una interesante combinación.

Con base en las mismas fuentes de aprendizaje, incluidos recetarios y libros excelentes de cocina clasificados por países o campos de la cocina, se abren más lugares para comer comida especializada y bien caracterizada: china, peruana, francesa o de las regiones de un país: del pacífico, sureña... Siguiendo esa tendencia, los puntos de venta también establecen lugares característicos de comida rápida, dietética, blanda, infantil, a la brasa, postres..., como manifestación de la modernidad que ha resultado exitosa y actúa positivamente.

Sin embargo, la difusión entraña otro impacto, pues aunque estructuralmente parecidos algunos productos característicos de determinados lugares, como los tamales, las empanadas, las arepas, los ajiacos, se diferencian en aspectos particulares que caracterizan al modelo local o nacional. Así, por ejemplo, Chile y Bolivia introducen aceitunas y pasas en las empanadas. A pesar de diferenciarse entre sí cada una de ellas por detalles muy específicos en cuanto al tratamiento de los ingredientes para las masas y los rellenos tienen en común el concepto de empanada aunque cada una se caracteriza por una forma especial: media luna la boliviana y rectangular la chilena, una cantidad de brillo para la chilena y otro para la boliviana, color característico dorado que las hace únicas. A mayor cercanía del origen de esos productos mayor capacidad de definir sus verdaderas características de lo considerado como original.

de madera los trabajaban al ritmo de sus dormidas canciones ancestrales o diluían sus nostalgias fumándose, bajo las cadencias del laboreo, una cachimbita de tabaco, con el fuego entre la boca, resignadas de pesadumbres.

La cocina cartagenera se diferencia, no obstante, de las del resto del Caribe, tanto por la amplia gama de sus platos, la originalidad de muchos de ellos, como por las matices de sus aliños, tendientes a una delicadeza y una atmósfera gustativa en armonía con el entorno local. Creo haber recorrido gran parte de las Antillas y haberme interesado vivamente, golosamente, por sus condumios y guisos, por arroces y hervidos, por su tono en gustos, y he llegado a la conclusión de que es una comida delirante de colores, de sabor y de paganos efluvios. Pero en su mayoría hay que aceptarla con prudencia por la afición de aquellas cocineras a los ajíes picantes o al exceso de especias, placer que era usual, también por otro lado, entre los aborígenes de las Antillas. Hasta en eso se observa un interesante contraste, dado que la comida cartagenera es condimentada con el ají dulce, y quienes son adeptos al picante lo dosifican en sus platos al gusto. Recuerdo que antiguamente lo traían del Chocó en botellas cerveceras tapadas con maretira.

El arroz de coco con pasas, la sopa de mondongo, el sábaló con leche de coco, o el sancocho de sábaló -la *bouillabaisse* del Caribe, como ya dije en otra oportunidad-, el ajiaco con cerdo y carne salada, el higadete o la sopa de candía con mojarra ahumada, el enyucado, los pasteles navideños de arroz, delirantes de achiote y ricos en presas y vegetales, el arroz con coco, con frijolitos negros, o de coco con cangrejo, proclaman la bondad de una cocina depurada por el tiempo y por gustos populares, que encontró así formas originales y auténticas de expresión.

Dentro de los hábitos cotidianos del cartagenero no puede faltar el arroz de coco con *tito-té*. Al momento de hacerlo y trocar la primera leche en aceite, brota del fondo de ese caldero un olor incitante, tan contagioso y volandero que cuando la ciudad era más íntima, más estrecha en su mundo de relaciones, salía jubiloso por ventanas y celosías coloniales. Los vecinos sabían así que el amigo cercano estaba preparando el célebre arroz con coco, vianda de las noches, amiga de los plátanos maduros al horno y la carne punta de nalga. Alguien llamó a esta asociación *manducaria*, las tres potencias. A veces se cambia la carne por la lengua guisada con panela, así como con clavos de olor, otro regalo de los dioses.

Este tesoro coquinario abunda también en variedad de dulces, de buñuelos, de refrescos frutales, de dulces en almíbares, de tortas y merengues, memorias de melindres, rosquillas o *albérdigos* en almibar, alfajores, cuyo abolengo no es difícil de establecer si tenemos en cuenta la tradición española y los muchos conventos monjiles de la ciudad, donde entre un que-hacer y otro bordado de las novicias, tejían también encajes de azúcares y fabricaban turrones, mazapanes, bizcochos y suspiros para el señor obispo.

Otra característica de esta *manducaria* del Corralito de Piedra es la de acompañar sus platos de sal con aditamentos de dulce. Es así como aparecen en su recetario las arepitas de dulce, la cariseca, el enyucado, las hojaldres, el pastel de ñame, los plátanos guisados, los plátanos maduros en tajadas o en tortillas, e inclusive el dulce en algunas viandas, como la lengua mechada, enriquecida con panela y clavos de olor.

Los empleos en un restaurante

Pedro Ballester

Manual del camarero de hotel y restaurante.

Editorial De Vecchi, Barcelona, 1995, pp. 17-20.

El personal del comedor, por categorías, es el siguiente: el Maître o jefe de comedor, el jefe de sector, el camarero, el ayudante y el sumiller.

EL MAÎTRE O JEFE DE COMEDOR

A su cargo se halla toda la responsabilidad del servicio. Entre otras ocupaciones, las más importantes e imprescindibles a desarrollar por el maître son las siguientes:

- Es quien confecciona los horarios, para que cada una de las personas que se encuentran bajo su mandato desarrolle el trabajo según los días, los turnos y los sectores encomendados. A sus órdenes trabajan los camareros, el sumiller, los jefes de sector y los ayudantes. El personal ha de resultar siempre suficiente para desarrollar el trabajo sin prisas y realizando un servicio completo.
- El trabajo esencial del maître de cara a los clientes consiste en recibirlos, atenderlos y despedirlos. Aunque para atender al cliente el maître contará en cada momento con la persona indicada –sumiller, camarero, etc.–, no por ello dejará de acudir a las mesas cuando su atención sea requerida directamente por los clientes. La tarea de acompañar a los clientes a sus mesas y acomodarlos, la de entregar las cartas y, posteriormente, las facturas y por último despedir a los clientes una vez que se dispongan a marchar, es misión específica del maître.
- Asistirá a la puesta a punto del comedor, antes de abrir el servicio de restaurante, controlando que no falte nada y que cada elemento se halle colocado debidamente.
- Controlará el material del comedor a fin de pedir los repuestos necesarios cuando falte alguna pieza.
- Elaborará, junto con la cocina, los menús del día.
- El control de los suministros es una tarea específica de la cocina, pero en muchos establecimientos es el maître la persona encargada de proveer el almacén y la bodega, o bien de llevar la cuenta de los suministros, informando a la administración del centro de las necesidades del departamento.

EL JEFE DE SECTOR

Es la persona encargada de ocuparse, por decisión del maître, de un sector concreto de las mesas del comedor.

A sus órdenes se hallan los camareros encargados de servir las mesas del sector, así como el sumiller y los ayudantes.

Ha de distribuir el trabajo en el sector, tanto previamente como durante el desarrollo del servicio. Asimismo, ha de saber trincar los platos que requieran este servicio.

EL CAMARERO

Es la persona que atenderá el servicio de los clientes una vez sentados a las mesas. Ha de poseer nociones de cocina, para recomendar un plato o para ofrecer explicaciones a los clien-

tes sobre su composición y elaboración. Como el jefe de sector, ha de saber trinchar los platos que requieran este servicio, pues en algún momento determinado el jefe de sector se puede hallar ocupado con otra mesa.

Su labor incluye aleccionar a los ayudantes en torno a los distintos trabajos que realiza. También es tarea del camarero repasar la limpieza de la vajilla, cubiertos y, en especial, de la cristalería.

EL SUMILLER

Es un experto en vinos. Su tarea específica es servirlos, pero ha de ofrecer a los clientes todos sus conocimientos sobre el tema si éstos lo requieren.

EL AYUDANTE

Como su propio nombre indica, su misión es ayudar al camarero en las diferentes tareas. Su trabajo específico es el de trasladar los platos de la cocina al comedor, y viceversa. Además, se ocupará de la limpieza de los restos de pan en las mesas cuando los comensales han llegado al postre, y ayudará a servir los platos al camarero.

En general, la distribución del trabajo y las tareas específicas de cada categoría del personal se hallan relacionadas con el número de personas que trabajan en cada centro. El número de personas varía, a su vez, según la amplitud del establecimiento, de manera que se puede dar el caso de que un establecimiento no necesite, para cubrir su trabajo, de personal de cada categoría.

Pero un establecimiento de categoría contará siempre con el maître, el sumiller y los camareros que se hagan necesarios según el número de mesas. Los jefes de sector, así como los ayudantes y aprendices, sólo serán necesarios si la acumulación del trabajo o la amplitud del establecimiento así lo requieren.

Los nuevos chefs

Claude Fischler

El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo

Anagrama, Barcelona, 1995, pp. 259-260

Alcanzando el rango de dueño, el nuevo *chef* afirma cada vez más el poder de la cocina en la sala. El antagonismo o la tensión, tradicionalmente frecuentes entre el chef y el *maître d'hôtel*, las cocinas y el servicio, han redundado en provecho del buen cocinero. Éste, convertido en dueño y gerente, limita a su vez desde entonces a la sala a un papel de ejecución, del mismo modo que los costos salariales y sociales son cada vez más onerosos. Bocuse atribuye a Michel Guérard la paternidad de esta innovación capital: el servicio al plato, característica de la nueva cocina. Sea como fuere, en este modo de servicio le corresponde a la cocina por completo la función de creación. Los rituales espectaculares, las demostraciones de virtuosismo que autorizaban actos como trinchar o flambear, se les retiran a los chefs de rango. Al mismo tiempo, los oficiales del servicio necesitan una formación menos costosa, pero se encuentran descalificados y relativamente desvalorizados. Los camareros, dice el chef suizo Girardet, se han convertido en «llevaplatos» que se limitan a levantar, como parte de un agradable conjunto, las campanas de plata que cubren las comidas.

La nueva estética culinaria está también ligada a factores técnicos y económicos. La antigua cocina sufría los límites de lo percedero, de la lentitud y de la dificultad de los transportes. Ni la refrigeración, ni la higiene, ni la distribución, habían alcanzado todavía el grado de organización y de perfeccionamiento que conocen precisamente a partir de finales de los años sesenta, con el desarrollo de los Mercados de Interés Nacional (MIN), el mejoramiento de la red de carreteras, de los medios de comunicación y de los transportes frigoríficos rápidos. La cocina debía, pues, integrar en sus preparaciones una parte de la función de conservación, incluir técnicas destinadas a mejorar la apariencia, si no el sabor de los productos. Los nuevos chefs, que pueden acceder a productos frescos, hasta de origen lejano e incluso exótico, están cada vez más liberados de esta preocupación. Los valores de la nueva cocina les permiten, además, rehabilitando productos rústicos y humildes, abastecerse localmente a través de una red de abastecedores particulares. Pero a estos platos locales pueden asociar productos de lujo sin relación con su lugar de origen: la langosta y el bogavante figuran en todos los menús estrellados, tanto en Saboya como en Borgoña.

¿Quién cocina tu menú?

Anthony Bourdain

Confesiones de un chef. Aventuras en el trasfondo de la cocina

Suma de Letras, Madrid, 2002, pp. 89-102

¿Quién cocina tu menú? ¿Qué bichos extraños merodean tras las puertas de la cocina? Ves al chef: es el tío sin gorro, con la tablilla de asignación de tareas bajo el brazo, tal vez con su nombre bordado en azul toscano sobre la chaquetilla blanca almidonada, abotonada al estilo Mao. Pero ¿quién cocina en realidad los distintos platos? ¿Son graduados de escuelas de cocina, jóvenes ambiciosos, que invierten el tiempo en la cadena culinaria hasta que llega el momento de apuntar alto? Probablemente no. Si el chef se parece a mí, los cocineros son una pandilla de mercenarios inadaptados y barriobajeros movidos por el dinero, con peculiar estilo gastronómico y nefasto amor propio. Lo más probable es que ni siquiera sean estadounidenses.

Una cadena culinaria bien organizada es algo muy bonito de ver. Es un equipo que trabaja en colaboración a alta velocidad y, cuando está en su mejor momento, parece un ballet o un conjunto de danza moderna. Un cocinero de la cadena exigido a tope, bien organizado, que trabaja con pulcritud, tiene ritmo -economiza movimientos, domina las técnicas y, lo que es más importante, es veloz- y puede desempeñar sus tareas con la gracia de un Nijinski. El oficio requiere carácter y entereza. Un buen cocinero de la cadena culinaria nunca se deja ver tarde ni falta por enfermedad. Trabaja pasando por alto dolores y agravios. Lo que la mayoría de la gente no advierte en la cocina profesional es que no se trata de la mejor receta, la presentación más original, la combinación más creativa de ingredientes, aromas y texturas. Todo eso está presumiblemente arreglado mucho antes de que el comensal se siente a la mesa. La cadena culinaria -el verdadero oficio de preparar los platos que comes- tiene más que ver con la constancia, la repetición espontánea e invariable, la misma serie de tareas desempeñadas una y otra vez -infinita cantidad de veces-, exactamente de la misma manera. Lo que menos quiere un chef en la cadena culinaria es un cocinero innovador, alguien con ideas propias, que arma líos con las recetas y las presentaciones del chef. En el escenario donde se libra la batalla, los chefs exigen lealtad ciega, casi fanática, una columna vertebral resistente y la capacidad de ejecución de un autómatas. Un compinche mío italiano, chef de tres tenedores, me decía hace poco que él -toscano altivo, que prepara a mano la pasta y las salsas a diario, y dirige la cocina de uno de los mejores restaurantes de Nueva York- nunca haría la estupidez de contratar a un cocinero italiano. Como muchos otros chefs prefiere a los ecuatorianos: «¿Un italiano? Le gritas en pleno torbellino: «¿Dónde está el *risotto*? ¿No está listo todavía el jodido *risotto*? ¡Dame ese *risotto*!...» Y el italiano te manda a que te den por ahí... ¿Un tío ecuatoriano? Te vuelve la espalda, se acerca al *risotto* y sigue cocinándolo hasta que está listo, exactamente como le has enseñado a hacerlo. Eso es lo que quiero»

Sé lo que quería decir. Los cocineros *americanos* -me refiero a los nacidos en Estados Unidos, con un nivel de vida alto, seguramente graduados en alguna escuela, tipos con pretensiones de cocineros sofisticados, que saben antes de que les enseñes qué quiere decir *monter au beurre* y cómo hacer una salsa bearnesa- son perezosos, indisciplinados y, lo peor de todo, un cáfila intratable, aferrado a ideas fijas hasta la irritación, con egos que exigen halagos y arrumacos constantes. Como pertenecen a un sector social privilegiado y de posibles, no están habituados a los modos *irreverentes* con que un chef atareado ordena un plato. Nadie entiende ni aprecia el *sueño americano* del trabajo duro, que conduce a las recompensas materiales, mejor que quien no es *americano*. Los cocineros ecuatorianos, mexicanos, dominicanos y salvadoreños, con los cuales he trabajado a lo largo de los años, hacen que la mayoría de los muchachos blancos formados en el CIA parezcan señoritingos torpes y lloricas.

En la ciudad de Nueva York han quedado hace tiempo atrás los días del cocinero inmigrante ilegal, oprimido, mal pagado y explotado por el amo cruel, al menos en lo que se refiere a cocineros de categoría. La mayoría de los ecuatorianos y mexicanos que contrato en la bolsa de trabajo -una especie de cantera de antiguos lavaplatos asociados, con frecuencia emparentados entre sí- son profesionales muy bien pagados y muy buscados por otros chefs. Es posible que se hayan abierto camino desde el peldaño más bajo: recuerdan muy bien lo que significa limpiar anaqueles grasientos, tirar sobras, levantar bolsas de basura chorreantes y llevarlas al borde de la acera a las cuatro de la mañana. El tío que ha pasado por los distintos rangos, que conoce cada puesto de la cadena, cada receta, cada rincón del restaurante, que ha aprendido antes y mejor que nada tu sistema -por encima de cualquier otro-, es con seguridad a la larga más valioso que muchos meones blanquitos, cuya mamá los ha criado convencida de que el mundo les debe proporcionar la manera de ganarse la vida y, además, tienen la certeza de saber unas cuantas cosas.

El cocinero de una cadena debe ser un hombre cabal. El señor que, si se levanta con un poco de fiebre y picor de garganta decide llamar por teléfono y dar parte de enfermo, no es el hombre que busco. Aunque es necesario que los cocineros pongan amor propio en el trabajo -no es mala idea dejar que un buen cocinero añada de vez en cuando algo de su propia cosecha a un plato del día o a una sopa-, la cadena culinaria exige la disciplina de un cuartel. En última instancia quiero que se cuadren y me digan «¡Sí, señor!». Si quiero saber la opinión de algún cocinero, ya se la pediré yo. Si lo han probado en otra ocasión, los clientes esperan comer el mismo plato, hecho de la misma manera. No les gusta que algún Wolfgang Puck en ciernes haga virguerías con los kiwis y el cilantro en el plato ya conocido, que tanto les gusta. (...)

La puesta a punto es la religión de toda buena cadena de cocineros. No hay que joder con el aparente lío que los rodea. Me refiero a su cuidadosa disposición de sal marina, pimienta en grano, mantequilla, aceite, vino y demás reservas. Como cocinero, tu puesto, sus condiciones y disponibilidad es parte de tu sistema nervioso. Y es terriblemente enervante que otro cocinero -y Dios no lo permita ¡mucho menos un camarero!- se meta en tu preciso y esmerado sistema de distribución. El universo está en orden si en tu puesto las cosas están como a ti te gusta. Tú sabes dónde encontrar cada cosa con los ojos cerrados, si todo lo que necesitas mientras dura el ataque está al alcance de la mano, si tienes desplegada tu línea defensiva. Si dejas que tu puesta a punto se venga abajo, esté sucia y desorganizada, pronto estarás girando sobre ti mismo y pidiendo ayuda. Trabajé con un chef que, en pleno torbellino, solía plantarse detrás del cocinero que tuviera el puesto sucio, para explicarle por qué se atrataba en sus tareas. Pasaba la mano por la tabla de picar cubierta de granos de pimienta, salsas desparramadas, perejil picado, migas de pan, más las acostumbradas peladuras y sobras que en un tris se acumulan en la mesada si no la limpias constantemente con un trapo húmedo. «¿Ves esto?», preguntaba, y levantaba la mano de modo que el cocinero viera la suciedad y los residuos pegados a la palma de su chef. «Así es como tienes la cabeza por dentro. ¡Trabaja con pulcritud!»

Trabajar con pulcritud, enjuagar y limpiar continuamente es imperiosa cuestión de Estado en cualquier cocina que se precie. Aquel chef tenía razón: una mesada desordenada refleja una mente también desordenada. Eso explica por qué atesoran bayetas y trapos los buenos cocineros. Cuando llega el servicio de lavandería, los cocineros listos se tiran sobre ellos y los arrebatan para esconderlos en cualquier sitio. Conocí a un cocinero que los almacenaba encima de la losa acústica que había sobre su mesada donde, además, guardaba sus pinzas favoritas, sus sartenes antiadherentes, las raseras y cualquier otra cosa que creyera poder necesitar y no quería que nadie le quitara. Estoy seguro de que, años después, aunque el restaurante haya cambiado de manos muchas voces, futuras generaciones de cocineros seguirán encontrando pilas de trapos y bayetas esponjosas. (...)

¿Qué es exactamente esa puesta a punto sobre la cual sigo dando vueltas? ¿Por qué llegan algunos cocineros al borde de la apoplejía si les birlan unas hojas de perejil o unos granos de sal? Porque son suyos. Porque los han dispuesto como quieren que estén. Porque son como los cuchillos. Y les oyes decir: «No me toques los cajones, no me toques mis cuchillos».

Una puesta a punto estándar bastante moderada exige una larga lista de elementos indispensables:

- sal auténtica o marina
- pimienta negra en grano machacada (a mano, no en el molinillo)
- pimienta blanca en grano
- pan rallado fresco
- perejil picado
- aceite de mezcla en botella de vino con rociador
- aceite de oliva extra virgen
- vino blanco
- brandy
- puntas de perifollo en agua helada para decorar
- cebollinos en tiras o picados
- tomate triturado
- trozos de manzana acaramelada
- ajos en vinagre
- ajos picados o en láminas
- chalotes picados
- mantequilla derretida
- cucharones, cucharas, raseras, sartenes, cacerolas
- las salsas, raciones de pescado y carne, ingredientes del menú y plato del día, reservas, todo bien dispuesto para tenerlo a mano.

Estar bien provisto, entrenado y coordinado no es, ni mucho menos, bastante. Un buen cocinero tiene que ser capaz de mantenerse despierto, organizado y razonablemente equilibrado durante ajetreados y tensos períodos de servicio. Aunque haya treinta, cuarenta o más mesas ocupadas a la vez, pidiendo distintas cosas a distintas temperaturas, los platos tienen que llegar al mismo tiempo. Los diferentes puestos -salteados, cuarto frío, parrilla, preparados- tienen que servir diez comidas simultáneamente. No puedes tener a un camarero que pide una ración de lenguado insistiendo en el pasaplato de los salteados, mientras el tío de la parrilla espera a que un costillar de cordero esté a punto. ¡Tienen que salir juntos! El heroico cocinero de la cadena no puede permitir que lo dejen fuera de combate el berreo, los gritos frenéticos de «¿Todavía no está listo?», las largas y potencialmente confusas listas de «¡Marchen!». Tiene que mantener todas las temperaturas pedidas bien claras en la memoria, recordar qué chuleta va con qué guarnición. Tiene que ser capaz de desconectarse de los bramidos de ira del chef, de las pequeñas quejas farfulladas de fondo, de las maldiciones, preguntas y mensajes de sus compañeros de trabajo: «¿Lista la siete?», «Via!», «¡Marchando!», «Let's go», «¡Venga la siete!».

La capacidad para trabajar en equipo es un mandato ineludible. Si eres hombre de sartén, el parrillero será tu pareja de baile. Lo más probable es que te pases la mayor parte del tiempo trabajando con él, en un espacio tipo submarino muy caluroso, incómodo, confinado. Los dos estáis trabajando alrededor de llamas y líquidos en ebullición, con cantidad de objetos contundentes a mano. Y los dos tenéis cuchillos... cantidad de cuchillos. Lo más prudente es que os llevéis bien. No conviene tener a dos cocineros armados hasta los dientes, dándose de puñetazos detrás de la mesada porque se han creído agraviados, cuando hay calderos de agua hirviendo y cuchillería afilada como hojas de afeitar por todos lados.

De modo que ¿quiénes son exactamente esos tíos, esas chicas y esos chicos que están en las trincheras? Por lo que cuento de mi nada estelar carrera, podrías sacar la conclusión de que todos los cocineros de una cadena son chalados perdidos, degenerados, drogatas maníacos, fugitivos... Una sarta de matones borrachos, rateros, psicópatas y fulanas. No estarías muy lejos de la verdad. El oficio -según explica un chef de tres tenedores tan respetado como Scott Bryan- atrae a sujetos al borde de la legalidad, a gentes que han pasado por alguna experiencia atroz en la vida. Es posible que no hayan hecho la secundaria, es posible que huyan de algo: una mujer, una historia familiar sórdida, penurias sin esperanza del Tercer Mundo. Se sienten a gusto con el código de conducta bastante informal y relajado de la cocina, donde es alto el nivel de tolerancia ante las excentricidades, los hábitos personales poco ortodoxos, la falta de documentación y la experiencia carcelaria. En la mayoría de las cocinas, las inclinaciones personales cuentan poco o nada. ¿Puedes mantenerte en pie? ¿Estás listo para el servicio? ¿Puedo contar con que mañana aparezcas en el trabajo para no hacerme quedar mal? Eso es lo que cuenta.

Puedo dividir a los cocineros de una cadena en tres grupos. Están los *Artistas*: la irritante minoría con alto nivel de vida. Ese grupo incluye a especialistas como los reposteros (neurólogos de cocina); subjefes; troceadores de carne; encargados psicópatas de cámaras frigoríficas; salseros ocasionales, cuyas salsas son tan etéreas y perfectas que se les toleran los delirios de grandeza.

Están los *Exiliados*: gente que no puede desempeñar otro oficio, durar en un trabajo de nueve-a-cinco, ponerse una corbata ni mezclarse con la *sociedad civilizada* (ni con sus compañeros).

Están los *Refugiados*, en general inmigrantes y emigrados para quienes la cocina es preferible a los escuadrones de la muerte, la miseria o el trabajo en una fábrica clandestina por dos dólares a la semana.

Por último están los *Mercenarios*: gente que trabaja por dinero y trabaja bien. Personas que, a pesar de no sentir demasiado cariño por la cocina; ni inclinaciones culinarias, tienen un nivel alto porque están bien pagados... y porque son profesionales. Quiero creer que la cocina es artesanía y que un buen cocinero es un artesano... no un artista. No tiene nada de malo: las grandes catedrales europeas fueron construidas por artesanos aunque no las diseñaran ellos. Practicar un oficio como un experto es una tarea noble, digna y gratificante. Casi siempre contrato *mercenarios* cabales, orgullosos de su profesionalidad, en vez de *artistas*. Cuando oigo decir «artista» pienso en alguien a quien no le parece necesario llegar al trabajo con puntualidad. Convencidos de su genio, la mayor parte del tiempo están más preocupados porque se les ponga tiesa, que por satisfacer a los comensales. Personalmente prefiero comer platos sabrosos -que sean reflejo de los ingredientes que los componen-, a cualquier montaje caprichoso de un metro de alto, construido con limoncillo, adornos de hierbas, coco y curry rojo. Puedes quedarte bizco tratando de comer esas cosas. Cuando alguien que me pide trabajo empieza a hablar de cómo lo inspira y enardece la cocina de la costa del Pacífico, veo venir lo peor. Que me manden en cualquier momento un lavaplatos mexicano. A él puedo enseñarle a cocinar. A él puedo enseñarle a tener estilo. Preséntate a tiempo en el trabajo seis meses seguidos y después hablaremos de limoncillos y curry rojo. Hasta entonces sólo tengo que decirte tres palabras: ¡déjate de pendejadas!

Dos visiones sobre la precariedad en el empleo

Ulrich Beck

Un nuevo mundo feliz. La precariedad del trabajo en la era de la globalización
Paidós, Barcelona, 2000, p.68 y pp. 205-206

El peor caso de la economía de mercado social es el necesitado de cuidados. Resulta poco rentable a los demás. El capitalismo es joven y detesta las muletas, las prótesis y las sillas de ruedas. Quien está enfermo, es un anticapitalista y resulta molesto a la empresa. Quien está más enfermo aún es un terrorista que pone en grave peligro los puestos de trabajo. Quien está en las últimas, utiliza indebidamente la red social y la buena voluntad de los empresarios. El pago del sueldo en caso de enfermedad conduce al socialismo. Así que ¡fuera el pago del sueldo!

Desde que nos hemos vuelto jóvenes, estamos más dispuestos a prestar servicios. Casi todos tenemos fuerzas suficientes para aceptar cinco empleos basura... Repartimos la prensa hacia las cinco de la mañana, luego sacamos a pasear cinco perros Gassi, a medio día hacemos hamburguesas, por la tarde trabajamos de ayudantes en una tienda macrobiótica o en una tienda de limpieza en seco para, por la noche, ir a trabajar de camarero o camarera. La sociedad de servicios nos mantiene a todos jóvenes. Quien no es flexible y no tiene cuatro patas es que, sencillamente, no ha comprendido que los signos de los tiempos están escritos en dólares. ¡Tú te lo has buscado, viejo!

Somos jóvenes, la globalización nos sale al paso, nos da la bienvenida. Sí, sólo que el pelo se nos pone gris y la solidaridad es como la caída del cabello y el mal olor de boca a la vez. Todos se limpian los dientes por la mañana con Elmex y por la noche hacen desaparecer los restos de comida con Aronal. El «profidén» del capital significa enseñar los dientes.

Peter Maiwald: "Solidarität ist wie Mundgeruch", *Die Presse* (Viena) 20/21 junio 1998, suplemento especial, p. 33

* * *

La imagen que tiene mucha gente de la sociedad estadounidense es la de una sociedad de empleo temporal con una cultura laboral correspondiente: nadie tarda más de tres años en cambiar de trabajo, la gente es, por lo que respecta al tipo de actividad, bastante flexible y, por tanto, puede trabajar en cualquier sitio; por último, siente aversión a ligarse a cualquier empresa u organización laboral. Además, cambiar permanentemente de puesto de trabajo es posible precisamente por no tener propiamente hablando una profesión «adecuada». Nunca ha sabido identificarse con el contenido de sus actividades, siempre según dicha imagen.

El norteamericano es también espacialmente móvil, y ello hasta el punto de llevarse a cuestas a toda la familia, casa incluida (las denominadas *mobile homes*) de costa a costa sólo para poder tener un nuevo trabajo, según el mismo tópico. A esta misma imagen del norteamericano flexible pertenece también su disposición a empezar la vida de nuevo en cualquier otro lugar, aunque sea el extranjero. Al no tener ninguna identidad profesional ni atadura laboral, le resulta también más fácil realizar trabajos que frecuentemente no tienen nada que ver entre sí. Mentalidad laboral que sus retoños tardan poco en asimilar. ¿Cómo se explica, si no, que personas muy jóvenes repartan la prensa matutina independientemente del nivel de ingresos y del estatus social de sus padres?

Sería también propio de la sociedad laboral americana el aceptar cualquier trabajo y, a partir de ahí, iniciar una constante ascensión social. Aquí viene a cuento el tópico «de lavador de platos a millonario», que en la actualidad se formularía de manera algo distinta. Si, por ejemplo, alguien quiere añadir algo a su poco dinero, se compra una caja de «limpiabotas»

Informaciones complementarias sobre el tema

con betunes y cepillos dentro para ofrecer un servicio de limpieza del calzado, lo que constituye un comienzo muy prometedor. Si es diligente, puede adquirir un segundo suministro y pasarlo a un amigo, que a partir de ahora va a trabajar para él. Tras cierto tiempo, el amigo también tiene éxito, y entonces los dos crean una empresa de servicios y contratan a muchos obreros para limpiar zapatos en las calles de Nueva York, Seattle o San Francisco. Al final, compran entre los dos una cadena *de fast food* y, por añadidura, una empresa de componentes informáticos.

Gerd Mutz, "El fin de la cultura de la Caravana".

Algunos sitios interesantes en Internet

<http://www.mcdonalds.es>

Sobran las presentaciones para el más clásico de los negocios de comida rápida. Su página web incluye informaciones en las que se defiende la calidad de sus productos y servicios.

<http://www.franquicias-negocios.com/>

Un lugar donde encontrar información sobre franquicias de muy distintos negocios. Hay información sobre varias empresas de comida rápida. Se describe el funcionamiento de la franquicia de cada marca, además de los aspectos económicos básicos.

http://www.fao.org/index_es.htm

Es la página en español de la FAO, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Un lugar institucional con mucha información sobre la realidad mundial de los temas alimentarios.

<http://www.afuegolento.com/>

Un magazine gastronómico digital. Los grandes artistas de la restauración desfilan por sus páginas. Entre otras cosas de interés tiene un apetitoso buscador de recetas.

<http://www.nutrar.com>

Una página sobre los temas relacionados con la alimentación, la nutrición y la salud. Hay noticias, artículos y foros con información interesante.

<http://www.viacampesina.org>

Una página sobre la agricultura y los movimientos sociales con un enfoque muy crítico. No se encontrará información favorable a la comida rápida.

<http://www.cifaeci.org.co/cartagena/ctgena.htm>

Es la página del Centro de Formación que la Agencia Española de Cooperación Internacional tiene en Cartagena de Indias. Hay información e imágenes sobre los lugares más representativos de la ciudad histórica.

<http://www.eluniversal.com.co/>

El periódico en el que aparecía la noticia de la controversia sobre el futuro de La cocina de Teresa. Un buen lugar para conocer lo que pasa a diario en la bella ciudad colombiana.

http://www.archivodeindianos.es/portada_intro.htm

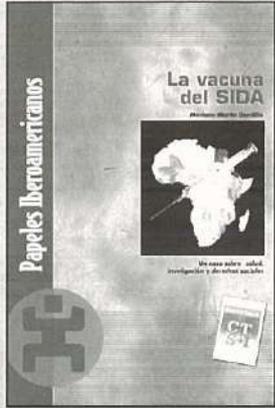
Es la página web del Museo de la Emigración de Colombres (Asturias). Hay informaciones e imágenes sobre la emigración asturiana en América. Es interesante para entender de qué son herederos los hijos de Don Alberto.

<http://www.grupoargo.org/casosCTS/>

El grupo Argo ofrece en este sitio más información sobre éste y otros casos simulados.



EDUCAR PARA PARTICIPAR
MATERIALES PARA LA EDUCACIÓN CTS



Mariano Martín Gordillo
La vacuna del SIDA



Ángel Camacho Álvarez
El contrato del dopaje



Grupo Argo
Las antenas de telefonía



Grupo Argo
Las plataformas petrolíferas



Cristina Lejarza Portillo
Mónica Rodríguez Marcos
El proyecto para el Amazonas



Ricardo Arribas Ramírez
Eloy Fernández García
La basura de la ciudad



Juan Carlos G. Galbarte
La ciudad de Ahormada



Ángel Camacho Álvarez
Juan Carlos G. Galbarte
Las redes del tráfico



Mariano Martín Gordillo
La cocina de Teresa



Mariano Martín Gordillo
La escuela en la red

EDUCAR PARA PARTICIPAR MATERIALES PARA LA EDUCACIÓN CTS



La vacuna del SIDA



El contrato del dopaje



Las antenas de telefonía



Las plataformas petrolíferas



El proyecto para el Amazonas



La basura de la ciudad



La ciudad de Ahormada



Las redes del tráfico



La cocina de Teresa



La escuela en la red

En el escenario mágico de Cartagena de Indias se sitúa esta controversia en la que se plantea la discusión sobre los efectos en las formas de vida y los hábitos alimentarios de la alternativa entre la cocina tradicional y la comida rápida. El motivo de esta polémica es la decisión que ha de tomarse sobre el futuro de un restaurante tradicional en trance de ser absorbido por una empresa multinacional que utiliza productos precocinados y procesos estandarizados. Además de las cuestiones relativas a las culturas alimentarias, en esta polémica se analiza también cómo afectan los procesos de automatización a la cantidad y calidad del empleo en una situación laboral concreta como es la del futuro de un restaurante.

La Cocina de Teresa es uno de los diez libros que componen la serie *Educar para participar. Materiales para la educación CTS*. Se trata de una propuesta educativa dirigida a las enseñanzas medias o universitarias que se puede desarrollar en muy diferentes contextos: materias de CTS, materias de ciencias de la naturaleza o la salud, materias de ciencias sociales o de economía, diversas ramas de la formación profesional, programas transversales para la educación cívica, programas de educación y trabajo...

A participar se aprende participando. Por ello, las aulas pueden ser lugares muy apropiados para que los futuros ciudadanos tomen parte en controversias en las que el valor de la información y de los argumentos, la responsabilidad social y ambiental, la voluntad de negociar los disensos y de consensuar las decisiones, sean algunos de los aprendizajes más importantes en el proceso de una verdadera formación para la participación democrática. El propósito de estos materiales es, por tanto, propiciar la innovación en las aulas y fortalecer una nueva profesionalidad docente comprometida con la participación ciudadana en los temas tecnocientíficos.

ISBN 84-7666-176-2



9 788476 661765



MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA



Organización de Estados Iberoamericanos

Para la Educación, la Ciencia y la Cultura