

Fuerza líquida:

la masculinidad y la identidad nacional en la cultura del consumo de cerveza en los pubs australianos

Diane Kirkby*

El consumo de cerveza llegó a identificarse con una creciente conciencia de identidad nacional, de lo que significaba ser típicamente australiano, a fines del siglo XIX. La *Revista del cervecero australiano* declaró que la cerveza era “la bebida nacional”, “entrañable para nuestro pueblo”. Los primeros colonos de Australia –convictos, marineros y oficiales del ejército– habían bebido vino fortificado o espirituoso (principalmente ron) pero en el clima más caliente de Australia no calmaban la sed. Las *ales* frías, ligeras y refrescantes, eran más adecuadas. Los bebedores querían un trago que durara más que uno fuerte, señaló la *Revista del cervecero australiano*. Por consiguiente, la cerveza reemplazó a las bebidas espirituosas y en el curso del siglo XIX se convirtió en la bebida alcohólica más popular en Australia.

El grueso de la cerveza consumida en el periodo colonial se producía localmente y era de sabor inferior. Pasó algún tiempo para que se desarrollara una cerveza local de buen sabor. El clima cálido fue primero una desventaja, ya que durante un tiempo no se conseguían materias primas de buena calidad ni cerveceros expertos. Antes de que se desarrollaran métodos científicos, la producción de cerveza no era confiable y no se podía transportar la cerveza distancias largas. Entonces se empezó a importar *lager* de Alemania. Y los cerveceros australianos empezaron a experimentar. Las primeras *lagers* locales se produjeron en la década de 1880, pero una década más tarde las ventas todavía eran más bajas de lo esperado. Mientras que la cantidad de la cerveza local producida en 1897 alcanzó su máximo durante cinco años, la cantidad de *lager* que se producía se mantuvo en el mínimo. El desarrollo de “una cerveza

* Traducción del inglés de Marta Gegúndez.

verdaderamente australiana”, una *lager* completamente adaptada a la demanda y las condiciones locales, requería ciertas condiciones.

Los cerveceros tuvieron que superar dificultades técnicas. El uso de la refrigeración fue significativo, pero la refrigeración por sí sola no bastaba. Sólo los cerveceros más importantes podían costear el equipo caro y la nueva tecnología. Fue la concentración de la industria en los primeros años del siglo XX lo que hizo la diferencia. Ser una compañía grande les permitía a las cervecerías más importantes enfrentar los costos de la transición a la producción de *lager*, y la venta de *lager* contribuyó a la mayor concentración de la industria. Pero el producto australiano despegó realmente y se convirtió en un “fenómeno nacional” cuando la Primera Guerra Mundial impidió la importación de la *lager* alemana.

En el siglo XX, la popularidad de la cerveza se fortaleció en parte debido a la calidad con que se había desarrollado, y en parte porque el *pub* en el cual se consumía había desarrollado un lugar especial en la cultura australiana. Las leyes para las licencias que habían provocado los primeros cierres de *pubs* en 1916 también habían creado una cultura de la bebida en la que el consumo de cerveza, los *pubs* y la identidad nacional se mezclaron en una representación de la masculinidad.

Un gusto por la cerveza fría de tipo *lager* era apropiado en el clima australiano y el desarrollo de una cerveza distintiva se volvió característicamente australiano. Para mediados del siglo XX, los patrones de los bares públicos y hoteles australianos proclamaron a esta cerveza, totalmente adaptada a los gustos y las exigencias locales, “la mejor cerveza del mundo”. Pero, como ha señalado la historiadora Elizabeth Malcolm, “los patrones de bebida son casi tan característicos de una nación como su lengua”. En Australia adoptaron la forma del bar público.

El *pub* australiano había desarrollado un carácter diferente del de las cervecerías y tabernas de Inglaterra y Europa. Las leyes coloniales australianas para las licencias exigían que los hoteles proporcionaran alimentos y hospedaje a los viajeros junto con la venta de alcohol, y esta doble función hizo del *pub* australiano una institución distintiva. Para principios del siglo XX muchos eran propiedad de las principales cervecerías y se manejaban como establecimientos relacionados, y vendían la cerveza de esa cervecería en particular como su producto principal. En el bar, los bebedores que presumían de la fuerza y la calidad de su cerveza también le hacían publicidad a la cervecería.

En el periodo entre el final de la Primera Guerra Mundial y el principio de la Segunda, esos *pubs*, especialmente los de los suburbios de las principales ciudades, perdieron gran parte de su propósito como proveedores de alojamiento para los viajeros y se dedicaron mayoritariamente a la bebida. Para la década de 1960, los *pubs* eran “el centro de la vida australiana”, sitios de estridente camaradería entre los hombres, que se paraban unos junto a otros en el bar, compartiendo bromas, risa y “cerveza, sobre todo cerveza”. Para entonces beber cerveza era como una religión en Australia, de acuerdo con un autor, y estaba envuelto en mitos acerca de la cantidad que se consumía y su fuerza alcohólica. Los australianos creían que su cerveza era la más fuerte del mundo. Aunque la cerveza en sí era una bebida de menor contenido alcohólico que las espirituosas o el vino consumidos en grandes cantidades en otros países, los clientes de los *pubs* pensaban que la cerveza australiana tenía mayor contenido alcohólico que otras cervezas producidas en el Reino Unido o en Estados Unidos. Se la asociaba consecuentemente con la masculinidad: “se producía para verdaderos hombres de pelo en pecho”. Esta visión de la virilidad de la cerveza se transmitió muy gráficamente en la campaña publicitaria de la década de 1930 de la Victorian Brewery de Melbourne, que promovió su *Bitter Ale* como “fuerza líquida”.

Los australianos creían también que bebían más cerveza que nadie en el mundo. Sin embargo, éste era otro mito. Los índices de consumo han fluctuado históricamente con los ciclos económicos. En periodos de prosperidad, los índices de consumo alcanzaron su cima, y en periodos de contracción económica llegaron a su punto inferior. Mientras que esto también ha sido cierto para otros países, la experiencia australiana ha sido “excepcional”, tanto en “la magnitud de los cambios como en su duración”. Los bebedores australianos respondieron al auge y a la caída con más volatilidad en comparación con otras naciones. Esto se conoció incluso en la década de 1960, cuando la mitología acerca del consumo de cerveza australiano estaba en su punto más alto. Mientras que el consumo de cerveza y los arrestos por embriaguez eran muy elevados, los australianos, comparativamente, no estaban –como pensaban– entre los bebedores más abundantes del mundo.

Pero esa creencia de que los australianos bebían más cerveza que todos los demás hizo del consumo de cerveza un acto patriótico, identificaba el consumo de cerveza con ser australiano. Esto dificultaba no acceder a reunirse con otros hom-

bres en el *pub* y también ayudaba a definir quién era australiano. De acuerdo con esto, a ciertos grupos se les negaba el acceso al bar público donde tenía lugar dicho consumo. En ese tiempo, las leyes de licencia de alcohol hacían ilegal que los aborígenes bebieran alcohol alguno, de modo que no pudieran unirse a la camaradería de la taberna a menos que tuvieran un certificado de ciudadanía que reconociera que ya no vivían en comunidades aborígenes. Los inmigrantes recién llegados del sur de Europa preferían beber vino o café en cafés, pero se esperaba que se reunieran con otros hombres en el bar para demostrar que se habían convertido en “australianos nuevos”. A las mujeres se les permitía beber en ciertas áreas del *pub*; en algunos estados se debía a provisiones de las leyes de licencias, y en otros era una costumbre fuertemente vigilada por los propietarios de hoteles.

Los bares australianos se componían de áreas específicas para beber: el salón que proporcionaba sillones cómodos y servía alimentos para grupos tanto de hombres como de mujeres; el salón para damas que generalmente era muy pequeño y exclusivamente para mujeres; el salón interior, donde había bancos y los precios eran más altos –“los bebedores de whisky se encontraban principalmente en los salones interiores”. Finalmente, lo más importante era el bar público, abierto a la calle; se bebía de pie, y su clientela era casi exclusivamente de hombres “que hablan y fuman mientras beben cerveza y el volumen del sonido va en aumento, con más y más gente que habla y menos que escucha”. Ahí, beber cerveza era la norma, y a las mujeres se les prohibía entrar. En las décadas de 1950 y 60, esos bares públicos estaban en general extremadamente llenos. Australia era una sociedad cada vez más próspera que estaba dejando atrás sus orígenes de trabajadores rurales. Los rituales de bebida australianos en el bar público del *pub*/hotel local los identificaba con los valores culturales australianos de ausencia de clases y una forma de vínculo masculino llamado *mateship*, una camaradería como modo de conducta de los hombres australianos que concedía gran importancia a la amistad, la igualdad y la solidaridad, y que tuvo sus orígenes en el siglo XIX.

Los australianos creían, antes de fines del siglo XIX, que esto era “un paraíso del trabajador”. Los salarios eran más altos que en Gran Bretaña y las organizaciones laborales más fuertes. Adicionalmente, había un brazo político del movimiento laborista con la formación del Partido Laborista australiano. Para mediados del siglo, los historiadores estaban empezando a escribir acerca de esta historia. Un

importante colaborador de la creencia de que los australianos eran una nación de bebedores fuertes que amaban el igualitarismo y el *mateship* fue el historiador Russel Ward, quien publicó en 1958 *The Australian Legend* (La leyenda australiana), un recuento histórico del desarrollo del carácter nacional. La tesis de Ward era que la historia de convictos que tenía Australia y las condiciones materiales de vida y trabajo en el monte australiano evocaban particularmente las características australianas en los trabajadores pastoriles que “se diseminó por ósmosis” a los pueblos y ciudades, y fueron adoptados por poetas y escritores como el *ethos* nacional. Los recuentos contemporáneos de principios y mediados del siglo XIX sugerían, decía Ward, que “ningún pueblo en la faz de la tierra había absorbido jamás tanto alcohol por cabeza de población”.

Algunos historiadores subsiguientes han considerado que esto es un error. Mientras que ha habido momentos en que los australianos han bebido más en comparación con otros países, hay más momentos en los que bebieron menos. Lo que era característico del consumo alcohólico colonial fueron las borracheras a las que se entregaban los pastores y demás trabajadores rurales cuando finalmente llegaban a un *pub*. Como señaló el novelista inglés Anthony Trollope, de visita en el país a fines del siglo XIX, mientras que la embriaguez era la gran falla de los colonos, “aun así son sobrios hasta maravillar... trabajan durante meses sin tocar el alcohol, pero su abstinencia misma crea un deseo, un ansia que, cuando se satisface, no se satisfará con menos de un exceso brutal”.

Los trabajadores rurales en el siglo XIX trabajaban durante largos periodos de tiempo a grandes distancias de un *pub*. Por lo tanto, cuando llegaban al pueblo con el cheque de su paga se emborrachaban, práctica que ciertamente conducía a una embriaguez muy visible. Esto no aparecía estadísticamente como un alto nivel anual de consumo de bebidas, debido a la poca frecuencia de las borracheras. No obstante, la mayoría de los australianos no vivían en el monte. Para mediados del siglo XIX, casi la mitad de la población vivía en centros urbanos, generalmente en ciudades importantes cercanas a la costa, proporción que aumentó a medida que el siglo avanzaba. Era probable que los patrones de consumo de alcohol urbanos se hubieran conformado por otros factores.

Este patrón de consumo de alcohol australiano parece notablemente similar al descrito respecto al primer periodo nacional de EUA, donde, “el consumo de alcohol

hasta la intoxicación... prevalecía siempre que se reunían grupos de americanos” y “prácticamente cualquier reunión de tres hombres o más representaba una ocasión para beber vastas cantidades de licor, hasta que los más prudentes se iban tambaleando hasta casa, mientras que los restantes discutían, se peleaban o pasaban a mejor vida”. Nuevamente, de manera similar a Australia, el igualitarismo era una dimensión importante de esta primera cultura del consumo de alcohol. Según lo explica Rorabaugh, “todos los hombres son iguales frente a la botella, y a ningún hombre le estaba permitido negarse a beber”. Hacerlo se interpretaba como una “prueba de que el que se abstenía se creía mejor que otras personas. Negarse a beber producía ‘una seria ofensa’ puesto que sugería falta de respeto y amistad”. Marcus Clarke dirigió la atención al igualitarismo del consumo de alcohol australiano; al referirse a “la notable prevalencia de la intoxicación habitual entre todas las clases” y a la vida en las colonias australianas dijo que “ningún hombre puede esperar tener éxito en los negocios, la profesión o la sociedad a menos que esté preparado para correr el riesgo de morir en un asilo para ebrios”. En la Australia de la posguerra corresponder a una invitación o “shout”, pero negarse a beber juntos, era “el peor insulto que se le podía hacer a un hombre. Quiere decir que uno piensa que no es lo suficientemente bueno como para beber con él”.

En la década de 1960, el libro de Ward y la idea de la “leyenda australiana” atrajeron la imaginación pública. Le dio autoridad histórica al comportamiento en los *pubs*. A mediados del siglo XX, el consumo de alcohol entre pares sociales era el modo como se definía y se representaba la australianidad. En efecto, había una clara expectativa de que al beber con amigos se reforzaban los valores australianos, y una actitud defensiva al mantener la igualdad social frente a la evidencia absoluta de lo contrario. A pesar de la existencia de escuelas privadas privilegiadas que fomentaban valores elitistas, y de la evidencia demostrada de altos niveles de pobreza en el perímetro interior de las ciudades en las áreas metropolitanas, no se permitía la desigualdad social, aunque invariablemente se manifestaba en las prácticas de consumo de alcohol de Australia, en el bar público del hotel local. Por otra parte, las diferencias de género eran manifiestas y deliberadas.

La segregación sexista estaba en la médula de la cultura del consumo de alcohol del siglo XX. Beber en el bar público era un rito de masculinidad del que se excluía a las mujeres. Cuando una mesera de Sydney declaró en su autobio-

grafía que su primer trabajo detrás de la barra en 1924 fue también la primera vez en su vida que había entrado en el bar de un hotel, señalaba que “ninguna mujer que valorara su reputación habría ido a un bar público”.

En el periodo colonial, el consumo de alcohol no había estado tan segregado. “Todo el mundo ‘bebe’: hombres, mujeres y niños”, dijo el escritor Marcus Clarke de sus compañeros colonos. Las autoridades y los visitantes incluían a las mujeres en sus quejas acerca de la embriaguez, y el enjuiciamiento de las mujeres también aparecía en las estadísticas. Las mujeres bebedoras representaban, sin embargo, una minoría en una población desproporcionadamente masculina. Un estimado burdo situaba el número de mujeres bebedoras en Victoria en 30 mil comparado con 240 mil hombres. A fines del siglo XIX, a medida que las mujeres tenían mayor acceso a empleos pagados fuera del servicio doméstico y trabajaban en fábricas donde también trabajaban hombres, el número de mujeres que deseaban beber en lugares públicos también pareció incrementarse, aunque el número de mujeres enjuiciadas por embriaguez disminuyó. Pero para principios del siglo XX el hecho de que las mujeres bebieran en lugares públicos se había vuelto menos aceptable. El resultado fue el establecimiento de áreas para beber segregadas para los diferentes sexos.

De esta manera, se excluyó a las mujeres del igualitarismo y del *mateship*, la identificación de la australianidad que el consumo de alcohol en los bares públicos creó. Que el consumo de cerveza se equiparaba con la masculinidad era una paradoja, dada la bien documentada historia de las mujeres inglesas como fabricantes de cerveza y vendedoras de *ale* desde tiempos medievales a la fecha. Esta tradición continuó en la Australia colonial y a través del siglo XX, puesto que un gran número de mujeres dirigían, manejaban y con frecuencia poseían su propio *pub*, o trabajaban durante horas detrás de la barra. Era bien sabido que las mujeres disfrutaban bebiendo cerveza. En otros tiempos, las canciones que se cantaban en las cervecerías y tabernas del primer periodo moderno “celebraban a la mujer que bebía, porque en la cultura de la cervecería inglesa las mujeres tenían un lugar junto a los hombres”.

La cultura desarrollada en Australia, que alentaba una creencia de que la mayoría de los *pubs* “no eran un lugar para mujeres”, era una negación de un hecho muy significativo de la historia del *pub* australiano: mientras se evitaba que las mujeres bebieran en un bar público, siempre habían estado presentes en ellos

como trabajadoras. Los hoteles eran los principales empleadores de trabajo femenino en la Australia colonial, tanto como personal doméstico de limpieza y cocina como de personal de bar. Esta tendencia continuó en el siglo XX a medida que las mujeres obtuvieron licencias o trabajaban por salarios detrás de la barra.

En efecto, la “mesera” era tan importante en el tipo nacional como el “campesino” de la historia de Russel Ward. Cuando los políticos aprobaron las leyes de licencias, lo hicieron con la expectativa de que una mujer pudiera proveer el trabajo doméstico en el hotel, porque “Cualquiera que viva en un hotel debe saber que ningún establecimiento con licencia puede conducirse adecuadamente a menos de que haya una buena mujer en él”. Las leyes de licencias y las cortes de licencias a mediados del siglo XX les preguntaban por rutina tanto a los esposos como a las esposas acerca de los servicios y el alojamiento que ofrecerían antes de que la corte otorgara una licencia. La licencia se otorgaba frecuentemente entonces a la pareja porque el solicitante “podía probar que su esposa o ama de llaves o encargada del mantenimiento era capaz de cumplir el papel que se le había asignado”.

Así, las leyes de licencias que exigían que los hoteles proveyeran alojamiento y alimentos, y no solamente vendieran licor, llevaron a las mujeres al giro en números considerables a medida que aprovecharon las disposiciones legales para ocuparse de su propio bienestar económico. Éste fue el caso particularmente de los estados donde las leyes de licencias eran más liberales con respecto a las mujeres. Los *pubs* eran importantes para las mujeres casadas como sus lugares de trabajo, así como de sus residencias domésticas, donde podían criar a sus hijos y trabajar junto a sus maridos o en ausencia de ellos. Dirigir un *pub* era con frecuencia un asunto familiar, una sociedad entre maridos y mujeres, con hijos e hijas que aprendían el giro y subsiguientemente continuaban en su propia casa.

Las mujeres también bebían en *pubs*, y lo hacían cada vez más en la década de 1960, en tabernas al aire libre o en salones. Los *pubs* eran sitios de reunión o un lugar para descansar y refrescarse durante un largo día de compras en la ciudad. Las mujeres bebían, ya fuera con otras mujeres, o con novios y esposos en los salones mixtos y *pubs* al aire libre suburbanos o campestres, o entre sus amigas en las áreas reservadas para mujeres en el “salón para señoras”. A los hombres no se les permitía entrar en ellos, de igual modo que a las mujeres no se les permitía hacerlo en el espacio masculino del bar público. De manera similar, en las reuniones so-

ciales era probable que las mujeres bebieran juntas mientras que los hombres se reunían alrededor del barril de cerveza.

Algunos anuncios de cerveza reconocían el placer de las mujeres al beber cerveza y se dirigían a ellas. Desde los primeros tiempos, la cerveza siempre se había bebido en el hogar, donde las mujeres la hacían, y formaba parte de la dieta hogareña. Hay anuncios de los años 1930 de cerveza embotellada que reflejan esa continuidad histórica del lugar de la mujer en relación con la cerveza y en proporcionársela a los miembros de la familia. Las botellas eran grandes, contenían suficiente cerveza para compartirla, necesario una vez que se abría porque la cerveza no se conservaría. A las mujeres se las representaba en esa capacidad de compartir un trago con amigos y maridos. Ese enfoque hacia las mujeres cambió en la década de 1960.

La tecnología y la mercadotecnia de la cerveza enlatada o en minilatas (llamadas *stubbies*) significaba que la publicidad empezó a dirigirse a los hombres jóvenes como consumidores. La masculinidad de beber cerveza llegó a asociarse con la portabilidad de la botella en envases individualizados que podían llevarse en hieleras o enfriadores a la playa o a eventos deportivos. En la medida en que los hombres eran el objetivo de ese mercado, la imagen de las mujeres en los anuncios cambió a la de que una compañera sexual no es igual a un camarada para beber. El arreglo espacial de la cultura del *pub* australiano y los hábitos de beber continuaron entonces fuera del bar público, incluso al ser reformadas las leyes de licencias para permitir el consumo de bebidas mixto. Las nuevas libertades de las mujeres con respecto a una independencia económica y movilidad mayores no se reflejaban en la cultura del consumo de cerveza del bar público.

LA CAMPAÑA POR EL DERECHO A BEBER

De 1963 en adelante, las mujeres empezaron a afirmar su derecho a ser incluidas en esa cultura bebiendo junto a los hombres en los bares públicos. No fue sorprendente que las mujeres que iniciaron las protestas fueran profesionistas de clase media —periodistas, académicas y estudiantes universitarias— que trabajaban junto a los hombres pero no podían reunirse con sus colegas en el bar para tomar un trago después de las horas de trabajo o las conferencias.

En la década de 1960, el mercado de la bebida en Australia empezó a cambiar a medida que los “baby boomers” de la posguerra alcanzaron la mayoría de edad. Para fines de la década, “los alegres sesenta”, la cultura de la juventud, una creciente demanda de vino y actitudes más sofisticadas como resultado de los viajes al extranjero desafiaron conjuntamente la cultura tradicional del consumo de alcohol del *pub* australiano que se había construido en torno a la cerveza. En ese clima, las mujeres exigían que se les sirviera en calidad de clientes.

La primera señal de cambio llegó cuando cerca de 200 mujeres que querían asistir una exposición de arte en un *pub* no fueron admitidas por el concesionario del establecimiento, quien pensó que sería una infracción, de acuerdo con la Ley de Licores de Queensland, que las mujeres entraran al bar privado donde se encontraban las pinturas. El presidente de la Comisión de Licencias señaló que no se incurría en infracción simplemente porque una mujer entrara a un bar. “Ese aspecto no se había considerado porque se había sentido que no había razón para que entraran al bar las mujeres si no se les podía servir licor.” Esto tuvo su continuación dos años más tarde cuando unas académicas, identificadas en la prensa como “dos mujeres casadas... y madre de dos hijos cada una”, pusieron a prueba esa opinión al entrar en un bar público de un hotel de un suburbio de Brisbane, y ordenar una limonada. Inmediatamente, alguien llamó a la policía. Cuando les negaron la limonada, las mujeres sacaron una gruesa cadena para perros y se encadenaron a la barra del mostrador. Varios hombres les invitaron una cerveza, sus esposos distribuyeron panfletos que instaban a que se les permitiera a las mujeres beber en bares, y la policía anotó sus nombres, señalaron que la Ley de Licencias establecía claramente que no se permitía la entrada a mujeres en un bar público y después se retiraron discretamente para evitar una escena.

El episodio fue menor, de baja nota, pero extremadamente significativo en su oportunidad y propósito y logró cobertura mediática. La protesta se había desarrollado porque una diputación de mujeres que se entrevistó con el ministro competente no lo había persuadido de modificar la Ley de Licencias para permitir la entrada de mujeres a los bares públicos. La acción pública obtuvo resultados. Los cuarenta hombres o más que estuvieron presentes en el bar admiraron la postura de las mujeres; “los hombres las vitorearon cuando entraron; se ofrecieron para invitarles tragos y chismearon con ellas ‘de hombre a hombre’ mientras bebían

un tarro de cerveza”. Consecuentemente, las mujeres alegaron que había sido “una gran victoria para los derechos de las mujeres”.

La discusión se trató de la igualdad de género cuando las periodistas asumieron la causa. Mujeres que, “simplemente porque son mujeres... perciben menores salarios que los hombres” y a las que, sin embargo, se les exige beber sólo en salones para señoras donde se les cobran más caras las bebidas. Los hombres, por otra parte, no solo obtenían más baratas las bebidas sino que las condiciones de los salones interiores donde bebían eran muy superiores. No obstante, las barreras se estaban derrumbando.

Sin embargo, la oposición que enfrentaron otras mujeres fue una medida de la inversión emocional en la cultura de segregación de género del consumo de cerveza que una periodista identificó como “religiosa”. Al principio, las protestas eran lo suficientemente pacíficas y más bien de baja nota, pero para 1970, cuando el Movimiento de Liberación de las Mujeres estaba en marcha, se habían vuelto muy desagradables. En una manifestación en Melbourne, unas treinta o cuarenta mujeres bloquearon el bar público de una taberna en Carlton del Norte al negárseles el servicio que habían solicitado. Entonces se tomaron del brazo e impidieron que se les diera ningún servicio a los clientes hombres. Se armó una pelea, al menos una de las mujeres resultó herida, aparentemente “con cortaduras, golpeada a puntapiés” y sacada a la calle; las mujeres se sentaron en círculo en el piso cantando canciones de liberación femenina hasta que vino la policía y las sacó físicamente —“las arrastraron de las piernas”—, reportó la prensa. A 12 de las mujeres se les levantaron cargos por conducta ofensiva posteriormente.

La prensa de liberación femenina dio un recuento más gráfico de la violencia. Los clientes “empezaron a insultarnos, a agredirnos llamándonos espías, empujándonos, pellizcándonos los senos, tirando a una muchacha al piso de un golpe y pateándola en el estómago, rompiendo un taco de billar en la cabeza de otra muchacha”. Cuando llegó la policía, las mujeres se juntaron y se agarraron ferozmente unas de otras y de la barra, resistiéndose a todos los esfuerzos de arrastrarlas a la calle, “enojadas y determinadas a reafirmar sus derechos”. Sólo arrestando a las mujeres pudo la policía dispersar la manifestación.

Obviamente, el consumo de cerveza en *pubs* tenía un fuerte simbolismo político. Las mujeres equiparaban el trato que recibían como clientas con la negación

de sus derechos de igualdad. Las consecuencias no eran insignificantes cuando el “orgullo nacional” significaba consumir cerveza y la sociabilidad del *pub* era un coto por completo masculino.

Hasta cierto punto, los *pubs* australianos estaban siguiendo las tradiciones de las cervecerías inglesas, pero de otras maneras eran distintas. La segregación de género alentó un mayor consumo de cerveza puesto que beber en el bar público se convirtió en una ocasión exclusivamente para hombres de “invitar” a los compañeros a otra ronda; no podía distinguirse de una competencia para ver quién podría beber más y mantenerse en pie más tiempo. Beber “les permitía a los hombres”, alegaba otro escritor, “disfrutar del ritual del *mateship*, que ha sido uno de los motivos persistentes en la historia australiana”. No fue sino hasta la década de 1970 que el lado más oscuro y sórdido de ese *mateship* empezó a explorarse. El *mateship* es claramente “una noción severamente restringida en su cobertura”, dijo el profesor de sociología Sol Encel en 1971: “No es aplicable a los aborígenes, a los inmigrantes no europeos ni a las mujeres”.

No obstante, Australia estaba sufriendo un cambio, puesto que el impacto de la inmigración de Europa afectó la cultura de la comida y la bebida. Los restaurantes con licencia y las tiendas de abarrotes estaban sacando de los hoteles la costumbre del licor. Las parejas cenaban fuera y querían beber juntos en números mucho mayores que antes. Lo más importante, quizás, más que convertir a los inmigrantes al consumo de cerveza, fue que los australianos recién llegados del este y del sur de Europa estaban enseñando a los australianos, gradual e imperceptiblemente, cómo beber y disfrutar el vino.

Sin embargo, incluso en la década de 1990, algunos anuncios de cerveza apoyaban la religiosa trinidad de la masculinidad, el nacionalismo y la cerveza. Los anunciantes “parecen extrañamente desfasados con lo que está sucediendo en la sociedad australiana, y obstinadamente nostálgicos”, escribió un crítico de los medios. Estaba lleno de “imaginario machista retrógrado, claramente carente de ironía o incapaz de no tomarse en serio”. Los anunciantes parecían determinados, decía, a “eludir lo que todos saben”, y eso era que “el consumo de cerveza trasciende el género, la clase y la cultura”. Los anunciantes parecían incapaces de representar el consumo de cerveza de otra manera que no fuera en términos nacionalistas, un nacionalismo que era simultáneamente específico de género y “con

frecuencia rural y bobalicón”. Aunque el historiador económico Tony Dingle demostró hace mucho tiempo que los australianos han bebido siempre más té que cerveza, la idea de ser “una nación de borrachos” que aman su cerveza ha sido difícil de cambiar. Ser una nación de bebedores no ha tenido precisamente el mismo atractivo para la imaginación nacional que lo que el antropólogo W.E.H. Stanner alguna vez llamó “este continente muscular quemado por el sol”. ❧