


Jamón de Chiloé y gastrodiplomacia (1719-1877)

Chiloé ham and gastrodiplomacy (1719-1877)

Castro-San Carlos, Amalia

Universidad Mayor, Chile


amalia.castro@umayor.cl

 <https://orcid.org/0000-0003-2868-2739>

Lacoste-Adunka, Michel

Universidad San Sebastián, Chile


mmlacoste@hotmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-0681-5759>

Mujica-Fernández, Fernando

Escuela de Sommeliers, Chile

fernandomujica.chefsomelier@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-1750-1157>

Resumen

Se estudia la presencia del jamón de Chiloé como objeto político en actos o ceremonias bajo el concepto de gastrodiplomacia. Para ello se revisan documentos históricos, junto a una amplia bibliografía. Bajo el método heurístico crítico, se detecta su presencia en actos diplomáticos, su posicionamiento como objeto de lujo, en forma de obsequios personales o como parte de cenas y banquetes, donde alcanzó la mesa de piratas, virreyes, patriotas, generales, marinos, capitanes, gobernadores y presidentes, como George Shelvocke

(1719), Nicolás Salvo (1719), John Byron (1740), Martín de Uribe (1740), Manuel de Amat (1775), José Francisco de Paula (1798), Bernardo O´Higgins (1817), José de San Martín (1817), Lord Cochrane (1818) y Luis José de Orbegoso (1834). Se descubre, además, su rol como regalo precioso entre la élite civil, incluyendo a literatos como Daniel Barros Grez (1877). Se concluye que su valor simbólico fue utilizado por personalidades políticas en época colonial y republicana, como el gobernador de Chile Ambrosio O´Higgins (1789) y el gobernador de Valparaíso José Saavedra (1789). Se identifica también el vínculo gastrodiplomático que tuvo Bernardo O´Higgins con el jamón de Chiloé. Se descubre su presencia e importancia como alimento escogido y su transformación en objeto político, como arma gastrodiplomática.

Palabras clave: políticos, lujo, regalos, banquetes, cenas.

Abstract

The presence of Chiloé ham as a political object in events or ceremonies is studied under the concept of gastrodiplomacy. Historical documents are reviewed, along with bibliography. Under the critical heuristic method, the presence of Chiloé ham is detected in diplomatic events as a luxury object, in the form of personal gifts or as part of dinners and banquets, where it reached the table of pirates, viceroys, patriots, generals, sailors, captains, governors and presidents, such as George Shelvocke (1719), Nicolás Salvo (1719), John Byron (1740), Martín de Uribe (1740), Manuel de Amat (1775), José Francisco de Paula (1798), Bernardo O´Higgins (1817), José de San Martín (1817), Lord Cochrane (1818) and Luis José de Orbegoso (1834). The role of Chiloé ham as a precious gift among the civil elite is discovered. It is concluded that the symbolic value of Chiloé ham was used by politicians in colonial and republican times, like the governor of Chile Ambrosio O´Higgins (1789) and the governor of Valparaíso José Saavedra (1789). The gastrodiplomatic link that Bernardo O´Higgins had with Chiloé ham is also identified. Its presence and importance

as a chosen food is discovered along with its transformation into a political object, as a gastrodiplomatic weapon.

Keywords: politicians, luxury, gifts, banquet, dinners.

Recibido: 18 de abril de 2024 - **Aceptado:** 14 de noviembre de 2024

1. Introducción

El jamón de Chiloé —procedente del archipiélago homónimo localizado en la zona sur de la República de Chile, entre los paralelos 41° y 43° de latitud sur— fue el primer producto típico con origen definido y valorado que surgió en Chile. Elaborado por pequeños productores de la isla homónima, se registró por primera vez en 1719, debido a la amenaza del corsario inglés George Shelvocke, mientras que su final se detectó hacia fines del siglo XIX. Se trataba de un pernil curado con un sabor singular, identitario, representativo de la cultura chilota. Caracterizado por ser poco salado, ahumado y algo marino, debido a la alimentación de los cerdos que se beneficiaban de mariscos costeros. Su fama lo llevó cerca de 3.500 km hacia el norte hasta llegar a Lima, pasando por

distintos puertos chilenos, como Valparaíso, Coquimbo y El Callao, para abastecer a las grandes ciudades de la época. Su producción y demanda alcanzó la exportación de 12.000 piernas anuales, las que se enviaban en barcos desde Chiloé, entre los meses de noviembre y abril. Su prestigio lo llevó a la mesa de grandes líderes políticos-militares, como el virrey del Perú, y los patriotas Bernardo O’Higgins y José de San Martín (Mujica et al., 2017).

El concepto de gastrodiplomacia explica la presencia de estos alimentos escogidos en las mesas de los grandes líderes, ya que fueron usados como objeto político, fuerza seductora que genera empatía y mejora las relaciones en sus actividades diplomáticas. Algunos alimentos pasaron a formar parte de estas estrategias. Se trata de un concepto

de reciente interés para la comunidad académica. Considera las culturas gastronómicas y culinarias como objetivos políticos diplomáticos, como las escenas que ocurren en la mesa: ese lugar donde se despliegan ritos gastronómicos en el entorno de las ideas políticas. Es un acto político que permite aumentar el poder de atracción de un determinado país. Se orienta a la creación y fortalecimiento de vínculos. Es una estrategia de persuasión, de una conquista cultural, que esgrime el poder blando de los ritos alimentarios como símbolos de atracción, «ya sea como medio de seducción, para atraer voluntades, ya como objetivo económico mediante la promoción de una industria estratégica» (Negrín y Lacoste, 2022: 110).

La gastronomía que llega a las mesas políticas y diplomáticas debe ser cuidadosamente escogida, cumplir con requisitos específicos, cargar con una pluralidad de significados. El lujo es el principal aliado de la gastrodiplomacia. En el intercambio de obsequios, los objetos de lujo, como objetos deseables, son los más valorados (Appadurai, 1991). Tanto objetos como servicios de lujo despiertan

imaginarios, fantasías; proyectan códigos y signos. El lujo es lo no necesario, lo superfluo: es la excelencia de la excelencia, representa imágenes, conceptos y sensaciones, cuya erótica es indispensable para el placer, el goce, la seducción y la conquista. Entendido como el encuentro entre un objeto y la intimidad profunda (Lipovetsky y Roux, 2004) brinda a la diplomacia política un significado central: el del lujo gastronómico o gastrolujo, distinción, un concepto inseparable de las esferas del poder.

Para Bourdieu (2015), la distinción se representa por la diferenciación de los gustos de las distintas clases sociales, siendo el mercado de los bienes simbólicos uno de los espacios que propicia la producción, circulación y consumo de los bienes diferenciadores, como los de lujo. Estos bienes, materiales e inmateriales, representan prestigio, privilegio, estatus y riqueza, porque el lujo es distinción social, jerarquización, división entre las maneras de poseer y de gastar, alimentarse y divertirse. Es un enfrentamiento simbólico de clases. Con el lujo también se manifiesta la superioridad. El lujo exhibe jerarquías, títulos, honores,

rangos. Por eso se consumen objetos y servicios de lujo, como bienes costosos, ostentosos, superlativos, y como alarde de riquezas, voluptuosidades, excesos, exuberancias y profusiones. El lujo propicia la pretensión, la apariencia, el esnobismo, la imitación y las aspiraciones (Lipovetsky y Roux, 2004).

Por este motivo, los cabecillas políticos se reconocen en el intercambio de objetos de lujo, porque para los poderosos, además de distinción, los intercambios son sinónimo de reciprocidad. De esta manera mantienen las relaciones diplomáticas entre tribus, aldeas, ciudades, regiones y países, al tiempo que mantienen su posición social. El lujo se regala en forma de objetos preciosos o de banquetes generosos. La práctica de regalar objetos y servicios de lujo con fines político-diplomáticos puede remontarse al hombre primitivo. Los casos del *kula*, en Papúa Nueva Guinea, y del *potlatch*, en el Pacífico de Estados Unidos y Canadá, resultan esclarecedores para comprender las lógicas diplomáticas empleadas por los líderes que esgrimen obsequios de lujo como armas de seducción, entendiendo el lujo

por la calidad, como en el caso del *kula*, o por la cantidad, como ocurre con el *potlatch*.

El *kula* era el intercambio de objetos de lujo por parte de los líderes en Papúa Nueva Guinea. Los líderes trobriandeses intercambiaban collares y brazaletes con sus vecinos, adornos preciosos, llenos de significados, entregados bajo los códigos de un ritual: discursos y actos formales que resaltaban el carácter de regalo honorable de los adornos, valorados por su antigüedad y complejidad. Este intercambio recíproco permitía el comercio de bienes de primera necesidad que realizaban en paralelo los otros miembros de las tribus que participaban del *Kula* (Harris, 2013). De esta manera, con las comitivas viajando de una isla a otra e intercambiando sus joyas, como objetos preciosos, se eliminaban las desconfianzas propias de las transacciones comerciales, y las élites podían hacerse de bienes lujosos.

Por otra parte, el *potlatch* era la celebración de la suntuosidad y de la dádiva demostrada con grandes festines, a modo de un conespicio despilfarro y consumo de comida, con normas y códigos, como todo rito, y con sus

correspondientes discursos. Estos festines competitivos formaron la base de un sistema económico. Los líderes de algunas tribus primitivas regalaban, como jefes anfitriones, fastuosos banquetes organizados en honor de otros jefes, sus huéspedes, con fin de demostrar su magnificencia y poder. Se trataba de una interminable búsqueda de prestigio, aprobación social y competencia de estatus, donde el objetivo era donar más que el otro, porque además de regalar un banquete abundante, superlativo, con pescado fresco y seco, aceite de pescado y bayas silvestres, se obsequian objetos preciosos, como pieles y mantas (Harris, 2014).

Mercancías y cosas, como objetos de alto valor, en el juego de los intercambios, se convierten en obsequios preciosos, dignos de regalar entre personas importantes. Como se ha señalado, en el espíritu del obsequio se encuentra reciprocidad, sociabilidad y espontaneidad. Por lo tanto, obsequio y contraobsequio son actos de generosidad que detienen las desconfianzas, el egoísmo (Appadurai, 1991). El acto de regalar genera comunidad y confianza, fortalece lazos y generan pertenencia al grupo social.

En las relaciones de reciprocidad, se regala para ser regalado, para formar una cadena interminable de regalos y obligaciones. Los obsequios, que cubrían comidas, banquetes, bienes de lujo y servicios, guardan relación entre sí en una cadena transaccional abierta (Kopytoff, 1991). En este sentido, ofrecer un regalo espléndido es, en sí mismo, un acto que establece la obligación de que se responda en el futuro con una «reciprocidad de dimensiones semejantes» (Renfrew, 1991: 202).

Patrick Geary ejemplifica el valor del regalo para la Alta Edad Media, cuando los obsequios «desempeñaron un papel más importante que el comercio en materia de distribución mercantil» (Geary, 1991: 215), porque el acto de comerciar generaba desconfianza, transformando al regalo en una de las formas más significativas de circulación. Este fue el procedimiento que emplearon las élites medievales de Occidente para obtener objetos valiosos, ya que el objetivo del obsequio era el de establecer vínculos entre el dador y el receptor, formando lazos que debían ser reafirmados periódicamente con el ofrecimiento de un contra regalo. Por este motivo, un forastero

no instruido en los códigos de reciprocidad del obsequio era considerado «sospechoso y peligroso» por la comunidad, porque «entre las personas del mismo rango o de una condición casi similar, las relaciones cordiales eran creadas y confirmadas mediante el intercambio de obsequios» (Geary, 1991: 216).

Por ello, los objetos de lujo son utilizados como símbolos de paz, porque mantienen los ánimos tranquilos y fortalecen la confianza en momentos críticos. «En épocas y sociedades más simples, el equivalente a las pláticas de limitación de las armas estratégicas puede hallarse en la diplomacia del intercambio de obsequios entre comerciantes y jefes, o simplemente entre jefes» (Appadurai, 1991, p. 59). Para Attali, «hablar mientras se comparte una comida es también un signo de paz. A la inversa, la negativa a compartir un alimento se considera en esta sociedad como una marca de hostilidad o la señal de una tentativa de envenenamiento» (2023: 46).

De igual manera, en algunas sociedades, los objetos de lujo cargan con una dimensión simbólica espiritual. Esto es lo que hace que

regalar un objeto de lujo resulte tan significativo. La dimensión simbólica del regalo, en cuanto al espíritu del obsequio, se puede comprender mejor con el caso de la India Moderna. Para Bayly, el simbolismo del regalo no fue destruido del todo por la colonización británica y el capitalismo en el mundo hindú, porque los productos estarían dotados de un espíritu. Una vez convertidos en obsequios, «modificaban la naturaleza del donador y del receptor; en tanto posesiones, conservaban y almacenaban el bien y el mal» (Bayly, 1991: 390). En este sentido, el regalo es incorporado en el interior del individuo, llega al fondo de su alma, tal como se constata en otra sociedad oriental, donde «el regalo del vestido constituía el acto esencial de homenaje y dominio dentro del sistema monárquico mogol, porque producía la incorporación del súbdito al cuerpo del soberano» (Bayly, 1991: 357).

En esta misma dirección, Fischler (1995) plantea la importancia del principio de la incorporación, mediante el cual, con la ingesta real y simbólica de alimentos, llegamos a ser lo que comemos. Como primer acto político, ser parte del grupo de hombres que ingiere los mismos

alimentos marcaba su pertenencia a una esfera en la cual era posible el diálogo político que se buscaba mediante la gastrodiplomacia. En sentido simbólico, la alimentación posee funciones sociales, dado que los alimentos incorporados/consumidos son portadores de significaciones, están cargados de imaginarios a modo de emblemas o signos, lo que les permite a las personas construir e integrar un campo cultural como espacio social. Por lo mismo, los alimentos permiten la construcción de relaciones sociales, para lo que se utilizan «representaciones y usos que son compartidos por los miembros de una clase, de un grupo, de una cultura», como el ritual que rodea el consumo de alimentos, lo que constituye, a la vez, «elementos necesarios, significantes y significativos» (Fischler, 1995: 80). Por lo tanto, considerando las concepciones simbólicas y culturales del regalo y del alimento en oriente y occidente, el lujo de un gastroregalo era un bien comestible doblemente transformador.

A lo largo de la historia, algunos objetos se convierten en preciosos productos de lujo, dignos de regalar para fines diplomáticos. Durante la Alta Edad Media, las reliquias del Vaticano se

convirtieron en mercancías sagradas, tal como explica Geary (1991): «desde luego, el donador más importante de reliquias era el papa, quien tenía a su disposición el vasto tesoro de las catacumbas romanas, las cuales contenían los restos de los primeros mártires». Entonces, la distribución de reliquias como obsequios se convirtió en una práctica pontifical de las más importantes. De ahí entonces que estos «obsequios incrementaban tanto el prestigio del emplazamiento central de un culto más ampliamente conocido, como el del eclesiástico que era capaz de ejercer su patronato» (Geary, 1991: 227), lo que permitía establecer vínculos fraternos gracias a este intercambio, forjándose así los vínculos en la época, igual que la distinción y el poder. «Los carolingios necesitaban contar con importantes reliquias romanas, a fin de controlar a sus pueblos; empero, el precio de las reliquias obtenidas mediante el obsequio era la subordinación al papa» (Geary, 1991: 230-231).

Los animales exóticos también han sido objetos de lujo obsequiados por el poder, como regalos diplomáticos, muestras de zoodiplomacia. En 1487, Lorenzo de Médici, gobernante

de Florencia, recibió una jirafa de parte del sultán mameluco Qaitbay. En 1516, el rey de Portugal, Emmanuel I, envió al papa León X un elefante blanco para obtener el monopolio de las islas especieras. Durante la era de las Revoluciones, Napoleón y Josefina recibieron del rey de España un rebaño de ovejas merino; del gobernador de Túnez, leones, gacelas y avestruces; y del gobernador de Mauritania, Charles Decaen, un orangután de Borneo. En 1972, Richard Nixon y su mujer, la primera dama Pat Nixon, fueron obsequiados por Mao Tse-tung con dos osos pandas gigantes, como símbolo de la renovada amistad de las dos naciones, a los que Estados Unidos respondió con dos bueyes almizcleros de Alaska (Belozerskaya, 2008).

Dentro del universo del lujo, varios alimentos se han sucedido dinámicamente: té, café, chocolate y azúcar, para nombrar algunos ejemplos, fueron considerados durante un tiempo determinado como objetos de lujo (Sombart, 1965). Para explicar de mejor manera este hecho, el caso de las especias resulta ejemplificador. Fueron objeto de lujo y símbolo de codicia (Antinucci, 2017). Pasaron de la

medicina a la gastronomía. Usadas desde la Antigüedad, en los siglos IX y X aparecieron en los registros una gran afluencia de especias por Europa. En la siguiente centuria su uso se intensificó y en los siglos XIII y XIV llegaron a los tratados gastronómicos. Los ricos, al hablar de productos exóticos y caros, solo se remitían a las especias. Eran producto de deseo e imaginación, sed de lujo y ostentación (Montanari, 1993). La pimienta, por ejemplo, fue utilizada hasta mediados de la Edad Moderna como objeto de lujo, exclusivo de las élites (Sombart, 1965); pero fue expulsada del sistema del lujo en el siglo XVII (Antinucci, 2017), junto con las demás especias, tal como plantea Turner (2020), mientras que, para Sombart (1965), las especias mantuvieron su estatus de objeto de lujo hasta el siglo XIX, aunque en menor medida. Más allá de esta discusión, las especias demuestran cómo ciertos bienes salen del mercado de lujo, porque pierden sus simbolismos.

Como objetos de lujo, las especias se transformaron en objetos políticos dignos de ser regalados. Eran los regalos diplomáticos que causaban muy buenas impresiones entre

quienes las recibían. Especies equivalía a nobleza. En 449, la embajada diplomática enviada por el emperador romano Teodosio II obsequió pimienta a una de las reinas sometidas por Atila, el huno; en 752, Bonifacio, apóstol de Alemania, recibió donativos de pimienta y canela, por parte de funcionarios de la iglesia romana, como obsequios de bendición; a comienzos del siglo XII, el emperador Enrique V recibía cincuenta libras de pimienta anuales por parte de Venecia; entre 1294 y 1303, el papa Bonifacio VIII recibía especias como obsequio de embajadores y soberanos (Turner, 2017); y hasta la Edad Moderna, las personas de la alta clase «se hacían mutuamente regalos de pimienta» (Sombart, 1965: 144). Véase al respecto Figura 1.

Figura 1. Ofrenda de pimienta a un rey (siglo XV)



Fuente: Turner, 2017

El segundo componente del lujo, los servicios, pueden observarse en los abundantes banquetes que pasaron, en el siglo XVIII, de simbolizar el lujo a proyectar el mal gusto, momento en que la moda y el buen gusto de los banquetes lo determinó la calidad y no la cantidad. Desde entonces, el buen gusto refinado lo marca el presentar preparaciones y productos gastronómicos de lujo y comer en pequeñas cantidades, con el fin de distinguir las clases hambreadas, los pobres, de las saciadas, las élites (Camporesi, 2022). Los nuevos gustos pautaron las nuevas formas del banquete, regalando un servicio cargado de objetos de lujo para disfrutar en pequeñas cantidades, demostrando que se estaba acostumbrado a esos placeres. De todas maneras, regalar festines o banquetes a los invitados significa lo mismo que obsequiar un objeto de lujo, más aún si se trata de un gastroregalo o gastrolujo.

En este sentido, compartir la mesa del banquete es regalarse con lujo y, al mismo tiempo, distinción y poder. Por eso, los líderes políticos utilizan el poder de las mesas para sus fines diplomáticos, potenciando su gastrodiplomacia en este contexto de comensalidad (Aguilera y

Vera, 2021). Si bien el acto mismo de presentar u obsequiar alimentos escogidos como un símbolo de diplomacia gastronómica tiene la intención de generar vínculos y relaciones de confianza con el otro, para hacer comunidad, lo mismo ocurre con regalar banquetes. Para Campos, «las estructuras y dinámicas fundamentales de lo que nosotros llamamos comunidad son las mismas y probablemente provienen de aquellas estructuras y dinámicas de lo que llamamos comensalidad, es decir, de la práctica —estable y permanente— de comer juntos», dado que, «la comunidad está estructuralmente unida, en su lógica y en su dinámica, a la comensalidad» (2023: 155-156). Por lo tanto, obsequiarse banquetes es una manera de reconocerse y legitimarse.

Cenas y banquetes también cumplen una función transformadora. De acuerdo con Gell, lo que:

«caracteriza al consumo de alimentos en un contexto festivo es la transformación —mínuscula o muy importante, dependiendo de la naturaleza de la ocasión— que produce en las identidades sociales de los participantes

en la transacción involucrada: anfitrión-invitado, alimentador-alimentado» (Gell, 1991: 146).

Se trata de una transformación simbólica social, de la incorporación del producto consumido culturalmente a la identidad de los consumidores presentes. Por este motivo, lo importante del banquete va más allá de lo comido realmente, lo relevante es estar ahí, pertenecer al grupo social, aunque existan registros de festines en los que los alimentos no son consumidos, pero siguen figurando por constituir ritos de consumo (Gell, 1991).

Para Montanari, «la mesa es la metáfora de la vida» (Montanari, 2006: 95) y allí se manifiestan también los juegos de distinción y poder. Así, por ejemplo, «la participación en la mesa común es el primer símbolo de pertenencia al grupo en todos los niveles sociales» (Montanari, 2006: 94). Y así como el banquete noble muestra unión y solidaridad para con el jefe, en el banquete aristocrático, «el lugar no se puede asignar al azar: sirve para señalar, de manera más o menos formal dependiendo de las épocas y contextos sociales y políticos, la

importancia y el prestigio de los individuos» (Montanari, 2006: 95). Montanari da cuenta del poder de las mesas y de la comensalidad en los banquetes de la Europa de los siglos XIV-XVI. Para él, «la mesa ya no es el lugar de la cohesión social en torno a un jefe, sino más bien de la separación y la exclusión» (1993: 94).

En cuanto a los banquetes de la élite de este periodo, se trataba, más bien, de una comida para admirar, en abundancia y calidad: «tenía que maravillarse por la fantasía en la presentación y la escenografía, como si estuviera en el teatro. La nueva consigna era mostrar», mientras el pueblo hambriento miraba la magnificencia de las preparaciones desde afuera. Para las clases dirigentes se trató de un periodo de esplendor en la construcción de su imagen, apariencia y teatralidad. Se creó así, en la mesa, un espacio convivial separado, aislado y, al mismo tiempo, distinto y protegido. Esta fue «el área del privilegio social y del poder político» (Montanari, 1993: 96). Para la teoría del lujo, por esta época, «el lujo no se concibe si la dilapidación no se ofrece como espectáculo, si no hacen acto de presencia la mirada y la admiración del otro» (Lipovetsky

y Roux, 2004: 36), porque el lujo, además de ser signo inequívoco de estatus, es teatralidad ostentatoria. El lujo se muestra con orgullo, se exhibe en cuanto fortuna y riqueza, como signo de valor, éxito individual. El lujo es lucimiento y vanidad.

A pesar de lo planteado hasta ahora, tanto la ciencia política como el mundo de la diplomacia y sus escuelas de formación, no consideraron interesantes los asuntos gastronómicos como parte de la escena y el quehacer político hasta comienzos del siglo XXI. Hasta entonces, eran un punto ciego como objetivos políticos no identificados, pero que, igualmente, permitían reconstruir códigos simbólicos y transmitir lenguajes políticos, tal como detectaron algunos investigadores, para quienes la gastronomía era el soporte de la actividad política, algo que, en Francia, como sostiene Coulon (2000), era evidente. Tan solo basta con reflexionar «en todos los banquetes que un hombre político debe honrar con su presencia, en las visitas a mercados acompañadas de múltiples degustaciones a las que todo candidato a algún cargo político debe someterse» (Coulon, 2000: 20). Por este motivo, «las estrategias llamadas de

interacción, de distinción o, simplemente, de comunicación de los hombres políticos no ignoran ni la alimentación, ni la mesa, ni los mercados, ni los salones de la agricultura» (Coulon, 2000: 26).

En este sentido, siguiendo la huella del sociólogo Sennett (2012), quien contextualizó las dinámicas de los encuentros gastronómicos estratégicos del mundo político que se disfrazan de inocencia, se puede decir que los banquetes y cenas de políticos son siempre actos de gastrodiplomacia, porque «las recepciones y los cócteles diplomáticos son ocasiones para el intercambio incesante de observaciones banales sobre deportes o animales domésticos, entre las cuales el diplomático dejará caer como al azar algo sustancioso acerca de los planes de un gobierno». El poder de las mesas es conocido desde antaño. Los embajadores, por ejemplo, desde su lugar de residencia, las embajadas, reciben a sus invitados con hospitalidad, comodidad y objetos de lujo. Esas son sus armas de seducción y atracción, con la que pueden obtener información valiosa. Por eso, en el siglo XVI, un embajador utilizaba su mesa como arma letal; era su dinámica de

intercambio, de transacciones y reciprocidad: «incluso cuando él cenara afuera, mantenía de forma permanente una mesa abierta en su residencia, con la esperanza de lograr información informal al precio de una comida» (Sennett, 2012: 176).

Lo interesante de lo expuesto hasta ahora sobre gastroregalos como objetos de lujo y sobre cenas y banquetes, en cuanto servicios de lujo, es decir, en cuanto al gastrolujo en general, es su capacidad seductora, que puede conquistar por la boca gracias al poder blando de los alimentos con los placeres de mesa. Dentro de la polisemia del lujo, la erótica es uno de los principales simbolismos de este tipo de bienes, es parte de su esencia, tal como lo detectaron Lipovetsky y Roux (2004). Para los investigadores, «el lujo aparece simultáneamente como una expresión de erotismo, una respuesta al deseo de disfrutar del mundo» (Lipovetsky y Roux, 2004: 40). Para ellos, existe un vínculo sensual entre las personas y el lujo, porque el lujo es instrumento de seducción, objeto de deseo, oasis de placer, placer por las cosas, placer por poseer, placer por malgastar, placer intenso y profundo. Produce goce, el goce por

la diferencia. Desata pasiones, amoríos, porque tiene el poder de la atracción. Los bienes de lujo estimulan la sensorialidad; son un placer para los sentidos, los agudiza. En este sentido, el lujo es un decoro y pertenece al mundo de los ensueños, a la esfera de lo maravilloso, al universo de la belleza, para una vida hermosa y refinada, cargada de bienes preciosos, estéticamente hermosos dignos de admiración, contemplación, porque «el lujo es el ensueño, lo que embellece el decorado de la vida, la perfección hecha objeto por obra del genio humano» (Lipovetsky y Roux, 2004: 19). Como se puede entender, es la erótica del lujo la que genera el disfrute por las cosas más excepcionales, por productos exóticos, extravagantes, raros, extraños, rebuscados; por productos difíciles de obtener o, al menos, que se encuentren al alcance de unos pocos: los distinguidos y poderosos.

En el contexto de un producto gastronómico que alcanza el estatus de gastrolujo, en cuanto objeto gastronómico de lujo, y pasa a ser considerado un objeto político, adecuado para presentarse como un gastroregalo en actos y ceremonias de gastrodiplomacia, surge un

universo de productos, entre bebidas y comidas, como el jamón. Resulta que, por proceder de un animal común, de fácil reproducción, vinculado culturalmente con el mundo popular y la pobreza, el jamón es la perla del cerdo. Considerado un alimento de lujo, el jamón alcanzó la mesa de grandes líderes políticos, como los reyes de España, Carlos I y Felipe IV, y las reinas de Inglaterra, Isabel II y Victoria. Como buen exponente del gastrolujo, en 1578, los frailes del monasterio de Guadalupe, de Cáceres, le regalaron jamones al rey Felipe II, de España, y al rey Sebastián, de Portugal (VV. AA., 2015); y entre los banquetes reales de Alfonso XIII, donde desfilaron cientos de productos de lujo, se sirvieron jamones en 1906, para la celebración del santo rey; en 1909, para la cena que ofreció a su homólogo de Portugal; y en 1925, para honrar a las autoridades de Barcelona. En 1933, para el segundo aniversario de la República de España, el presidente ofreció un banquete al cuerpo diplomático del Palacio Real, donde también relumbraron los jamones (Abad, 2022).

Como objeto de lujo, el jamón posee sus propios ritos de mesa. En el mundo del lujo, «los

productos más costosos son con frecuencia consumidos según un código de reglas ceremoniales. Degustar un excelente vino va acompañado de gestos rituales» (Lipovetsky y Roux, 2004: 95). El rito es parte de la liturgia del alimento, dirigida por el sacerdote, demiurgo o maestro de ceremonias. En el caso del jamón, el rito de mesa lo dirige el cortador, para quien obtener lonchas de las piernas curadas es todo un arte (VV. AA., 2015). El rito, en este sentido, es parte del encanto del lujo, es su aura sagrada, entrega una tonalidad ceremonial dentro del universo de las cosas, las sensualiza, inscribe ritualidad. El rito del lujo es «teatro para mejor gustar los placeres de los sentidos» (Lipovetsky y Roux, 2004: 96).

Además, algunos jamones poseen el valor agregado del origen, como los ibéricos de bellota de Huelva, Guijuelo, Pedroches, o los de Teruel y Trevélez (VV. AA., 2015). Pues, a lo largo de la historia, el origen geográfico también ha sido sinónimo de lujo como marca territorial que resalta el nombre del lugar, donde yace el saber hacer, donde se encuentra la magia del producto, su élan vital. Por lo tanto, el objeto gastronómico de lujo está

signado por el territorio, allí encuentra su identidad, sus características específicas: «rareza de las materias primas o azares climáticos que pesan sobre una cosecha» (Lipovetsky y Roux, 2004: 175).

En efecto, el jamón de Chiloé como gastrolujo —con su origen geográfico determinado y resaltado; y con sus características identitarias bien definidas por el territorio: la raza de los cerdos, la alimentación particularmente marina de los puercos, el proceso de elaboración propio del lugar, con poca sal, por la escasez del producto en la isla, y bien ahumado con maderas originarias de la isla, porque debido a las condiciones climáticas de la zona se desarrolló la cultura del fuego a leña y el humo— se convirtió en objeto político, símbolo de seducción, distinción y poder, regalándose como objeto precioso al virrey del Perú y como alimento escogido para el banquete de la patria, donde fue un lujo dentro de un lujo, robusteciendo su valor simbólico (Mujica et al., 2017).

El presente artículo se enmarca en los estudios gastrodiplomáticos. Se pregunta sobre el rol

que cupo al jamón de Chiloé, como objeto de lujo, en los actos de gastrodiplomacia de los siglos XVIII y XIX. Se pretende saber quiénes seleccionaron u obsequiaron piernas ahumadas como parte de su estrategia política; quiénes fueron los destinatarios regalados o agasajados con estos jamones; cuáles fueron los grandes líderes que consumieron el producto. De igual forma, se intenta conocer detalles de cenas y banquetes donde se presentó el jamón, así como del clima en el que fue obsequiado. Se intenta también averiguar sobre los períodos en que el jamón de Chiloé fue esgrimido como arma táctica de gastrodiplomacia.

Para pesquisar las respuestas a las preguntas planteadas se compulsaron documentos del Fondo de Contaduría Mayor 1.^a Serie, del Archivo Nacional Histórico de Santiago, donde se encuentran los registros de Aduana, para saber si los barcos transportaron o no jamones en calidad de obsequios. Los volúmenes se analizan en base a una amplia bibliografía especializada que entrega detalles de obsequios, cenas y banquetes políticos con jamón chilote, como crónicas, memorias, cartas y artículos científicos-académicos como fuentes

de investigación (Barros Grez, 1877; Barros Arana, 1886; Byron, 1832; Gómez y Ocaranza, 2017; INS, 2023; Lacoste, Mujica, 2023; Mujica, et al., 2017; Mujica, 2019; Pérez Rosales, 1886; Pereira Salas, 2007; Urbina y Channing, 2018; Vicuña Mackenna, 1860 y 1883).

Todos estos trabajos inadvirtieron el concepto de gastrodiplomacia en la presencia de alimentos escogidos para reuniones culinarias políticas. Sin embargo, para el presente texto, constituyen un rico conjunto que permite dialogar en torno al concepto en cuestión, el que se examina bajo la luz de publicaciones relacionadas, corpus literario que entrega marcos históricos y teóricos (Abad, 2022; Aguilera y Vera, 2021; Antinucci, 2017; Appadurai, 1991; Attali, 2023; Bayly, 1991; Belozerskaya, 2008; Bourdieu, 2015; Camporesi, 2022; Campos, 2023; Coulon, 2000; Fischler, 1995; Geary, 1991; Gell, 1991; Harris, 2013 y 2014; Kopytoff, 1991; Lipovetsky y Roux, 2004; Montanari, 1993 y 2006; Negrín y Lacoste, 2022; Renfrew, 1991; Sennett, 2008; Sombart, 1965; Turner, 2017; VV. AA., 2015).

2. Jamón de Chiloé como objeto político de paz (1719-1789)

El jamón de Chiloé fue esgrimido como arma táctica de gastrodiplomacia en diversas ocasiones a lo largo de su historia. En tres casos se ofreció para calmar los ánimos en situaciones potencialmente peligrosas. Las tres veces se utilizó para hacer frente a las amenazas inglesas. Por lo tanto, el jamón chilote sobrepasó la barrera idiomática. A pesar de la distancia del lenguaje, se usó como generador de cordialidad para posibilitar el diálogo entre las partes involucradas y para evitar la confrontación violenta. En otras palabras, gracias al jamón chilote se pudo mantener la paz en la isla. Funcionó correctamente porque el jamón era una universalidad gastronómica por entonces.

El primer acto fue liderado por el gobernador de Chiloé, Nicolás Salvo, quien, para apaciguar las aguas y mantener la paz en la isla cuando recaló el corsario inglés George Shelvocke, utilizó las piernas curadas como gastroregalo, porque fueron enviadas con la intención de seducir al pirata y persuadirlo de

abandonar las costas chilotas o, al menos, de evitar un desenlace fatal para el archipiélago. El 1 de diciembre de 1719 se presentó ante las costas de Chiloé el *Speedwell*, un barco de 200 toneladas, armado con 22 cañones, abordado por 100 hombres y capitaneado por el corsario inglés George Shelvocke. Como puede verse, el miedo debió abrumar a los isleños. La intención de Shelvocke era llegar hasta la isla de Juan Fernández para encontrarse con su compañero John Clipperton, pero la falta de algunos víveres, como agua y leña, cambió el rumbo del corsario. Aconsejado por uno de sus tripulantes, Joseph de la Fontaine, quien residió un tiempo en Concepción, maniobró su nave para dejarla frente a frente con Chacao. A la mañana siguiente de haber fondeado, Shelvocke envió dos embarcaciones a tierra firme para buscar reservas: una pinaza y una lancha. La primera no regresó, pero esta última volvió con el primero de muchos originarios, chonos o huilliches, quienes, cansados de los abusos y el hostigamiento de los españoles que regían sus territorios, entregaron información valiosa a los ingleses (Urbina y Channing, 2018).

La barca que no retornó a la nave nodriza se quedó en la isla causando estragos. Advertido de la situación que pasaba en tierra y con la presencia de intrusos con actitud amenazadora frente a sus costas, Salvo envió a un oficial para inspeccionar el barco y comprender la situación. Astutamente, Shelvocke se presentó como Le Janis Le Breton, capitán de un barco mercante francés. Al parecer, el oficial no encontró motivos para sospechar de la tripulación, por lo que decidió dormir en el barco enemigo y partir de vuelta a tierra firme a la mañana siguiente. Shelvocke, como capitán Le Breton, aprovechó la oportunidad para enviar una carta al gobernador, solicitándole provisiones. Nicolás Salvo, sin creerle la historia debido a las inconsistencias, optó por seguirle el juego: hizo el papel de buen anfitrión y obsequió un gastroregalo a su huésped. El gobernador conocía las virtudes de su isla; había probado sus riquezas gastronómicas, por ende, en un acto de gastrodiplomacia apelando al poder blando, eligió un producto especial para agradar al corsario. Seleccionó uno cargado de símbolos y signos, uno que, desde entonces, se convertiría en el producto bandera de Chiloé, su máximo representante

culinario capaz de hermostear cualquier mesa y de enaltecer cualquier acto político gastronómico: el jamón (Urbina y Channing, 2018).

La estrategia del 6 de diciembre consistió en elevar la bandera costera para que se acercaran los hombres de Shelvocke. Al llegar encontraron una carta y el preciado presente de los isleños: una docena de jamones de Chiloé. Ante este gesto gastrodiplomático, el corsario respondió de la misma manera porque entendía perfectamente el código culinario de las relaciones bilaterales de mesa. El pirata contestó la carta del gobernador, agradeció los jamones y, como buen huésped, para no dar malas impresiones envió de regalo los mejores alimentos que tenía consigo en esos momentos: pimienta, mantequilla y quesos (Urbina y Channing, 2018). Este intercambio de alimentos simbólicos sirvió para calmar los ánimos y medir al adversario. Para algunos investigadores (Mujica, et al., 2017), el botín de jamones salvó a la isla del fuego y la destrucción. Sin embargo, esta afirmación dista de la realidad. Una nueva investigación profundizó sobre este hecho, aportando otros

antecedentes para comprender lo sucedido (Urbina y Channing, 2018).

El cruce de cartas entregó información valiosa para Shelvocke, quien no dudó en cambiar su estrategia y amenazar al gobernador con enviar a su tripulación a hacerse de víveres por la fuerza. Salvo, por su parte, al continuar viendo el barco frente a las costas de Chiloé, entendió que su huésped no era tal. El 8 de diciembre fue el día decisivo. Mientras los ingleses, comandados por el primer teniente, zarparon en una lancha hacia la isla, el gobernador advirtió al pirata de no pisar suelo chilote. Ante el temor, la lancha no tocó tierra firme, pero en el camino capturó una piragua cargada con «ovejas, cerdos, aves, jamones, cebada, guisantes y judías verdes». Entonces, el capitán del Speedwell cambió su plan. Apeló a la vieja discordia entre indígenas y españoles, por lo que decidió abastecerse en los campos de los nativos, «poniendo papeles en las puertas de las casas de indígenas más destacadas, en que les informaba que si llevaban provisiones a bordo les pagaría bien por ellas, y que prendería fuego a aquellas casas que no lo hicieran» (Urbina y Channing, 2018:

32). Lo descrito recientemente se asemeja a lo relatado por el historiador Diego Barros Arana hacia fines del siglo XIX, momento histórico de decadencia para el jamón de Chiloé:

«Shelvocke, entretanto, había comenzado a procurarse de víveres por la fuerza. Una de las lanchas se apoderó de una piragua grande cargada con carneros, cerdos, gallinas, cebada y verduras; pero despachó además a tierra algunas partidas de gente a hacer una provisión considerable. Estas partidas fijaban en los lugares más visibles carteles escritos en español en que se informaba a los habitantes de la isla que si llevaban provisiones a bordo, se les pagaría un buen precio por ellas; pero que, si el buque no era socorrido, se prendería fuego a las casas, de cuya suerte solo se salvarían aquellas en que se dejasen cuatro jamones, cuatro fanegas de trigo y cierta cantidad de papas. Por este medio, en corto tiempo la bodega del buque se llenó de ganado, gallinas, maíz y papas» (Diego Barros Arana, 1886: 13).

Aunque el relato de Barros Arana parezca verídico, lo cierto es que, según las propias

palabras de Shelvocke, esto jamás ocurrió porque el gobernador desplegó a su contingente para evitar una catástrofe. Y el pirata no pudo llegar con todos sus hombres a la isla. De todos modos, en el corto tiempo que estuvo alcanzó a recaudar lo necesario para continuar su viaje, con provisiones para cuatro meses, incluyendo los jamones robados a la piragua y la docena obsequiada por Salvo. A las 4 de la mañana del 17 de diciembre, George Shelvocke comenzó su retirada (Urbina y Channing, 2018).

Casi 20 años después, el jamón de Chiloé nuevamente fue ofrecido a extranjeros ingleses como objeto de paz. En 1740, cuando España se encontraba en pleno enfrentamiento bélico con Gran Bretaña en la denominada Guerra del Asiento, donde Inglaterra buscaba hacer colapsar al impero español, una escuadra comandada por el Comodoro Anson se dirigió al Mar del Sur. Pero la embarcación Wager naufragó en una isla desierta al sur de Chiloé. Entre sus tripulantes se encontraba el joven guardamarina John Byron, abuelo del poeta maldito Lord Byron, quien publicó en Londres, en 1768, sus memorias sobre sus

peripecias en tierras chilenas. Esta fuente no solo cuenta el hambre que pasaron los cuatro sobrevivientes de 140 pasajeros que iban a bordo de la *Wager* antes del naufragio, sino también la cálida bienvenida que recibieron en Chiloé cuando lograron arribar.

Los recibió el gobernador de Chiloé, Martín Uribe de Gamboa, con la casa llena de gente, y, a pesar de la barrera idiomática que existía entre él y sus huéspedes, los regaló con una buena comida: «mandó que nos prepararan una mesa con jamón frío y aves, donde sólo nos sentamos nosotros tres, y comimos lo que podría haber alimentado a 10 hombres» (Byron, 1832: 154). Los cuatro ingleses habitaron la isla de Chiloé por algunos meses más, en calidad oficial de prisioneros, pero cuidados por las autoridades locales y convidados por los vecinos. Este trato deferente muestra la cautela que generaba su origen entre los isleños. De hecho, en el texto se relata con asombro el terror que su presencia generó en algunos comerciantes peruanos, como el caso de «Cabeza de Toro», un comerciante limeño que «le dijo al gobernador [...] que no había podido dormir desde que llegó [...] porque la

autoridad chilota dejaba que los prisioneros ingleses caminaran libremente por la isla en vez mantenerlos encerrados» (Byron, 1832: 166). Cabeza de Toro estimaba que, en cualquier momento, los ingleses abordarían su embarcación y huirían. El gobernador, por su parte, le aseguró que asumiría su responsabilidad. Sin embargo, la situación generó la desconfianza del capitán Byron, quien descargó lo más rápido posible y se embarcó de nuevo, sin estar tranquilo hasta que perdió de vista la isla.

En el contexto de la guerra, estos prisioneros fueron tratados con deferencia, tal vez por miedo a sus argucias o para evitar más incidentes con Inglaterra. En este sentido, la hospitalidad fue clave. La comida servida en la primera cena en la casa del gobernador de Chiloé, Martín de Uribe y Gamboa, marcó la memoria de Byron, quien narró sus experiencias en Chile, más de 28 años después de haberlo vivido. El periplo duró 6 años y el autor regresó a Londres donde retomó su carrera en la armada, y tras comandar un viaje de exploración al Mar del Sur, abriendo rutas que luego recorrieron Cook y Bougainville,

llegó a ser almirante y participar en la guerra contra la Independencia de Estados Unidos (Byron, 1832: 15).

Finalmente, una situación parecida se repetiría en 1789, cuando una vez más el jamón de Chiloé ayudó a mantener los ánimos y sortear una posible amenaza extranjera. Benjamín Vicuña Mackenna (1883: 353-356), citando una carta enviada por el gobernador de Valparaíso, José Saavedra, al gobernador del Reino de Chile, Ambrosio O'Higgins, escrita en Valparaíso el 20 de septiembre de 1789, relató el abordaje del 5 de junio realizado por un grupo de balleneros ingleses quienes navegaban en una fragata con 20 cañones en la embarcación nacional *Rosa*, que se encontraba en trayecto desde Chiloé hasta Callao. Cinco hombres saltaron al barco, quienes, a pesar de la diferencia de lenguas, fueron llevados hasta la cámara por los capitanes de la fragata donde se les ofrecieron «bebidas y jamón». Al instante, «el capitán de la *Rosa* los obsequió con un puerco grande, vivo, medio puerco salado, seis jamones, chocolate, manzanas y verduras». Los ingleses, una vez llegados a su nave, respondieron el gast­roregalo con

un contragastroregalo, «les mandó un queso grande del norte», además de «cuatro camisas listadas, con dos pliegos rotulados, uno para el cónsul inglés en Cádiz, y otro para el de Londres». Como se puede observar, en su condición de objeto precioso, como gastrolujo, el jamón de Chiloé permitió a una barca mercante evitar el enfrentamiento con una fragata cargada con 20 cañones. La gastrodiplo­macia cumplió su objetivo.

3. Jamón de Chiloé como regalo político (1775-1877)

Con la llegada del pirata Shelvocke, el jamón de Chiloé se convirtió en un gast­roregalo. Con este acto se inicia la consolidación de las pier­nas ahumadas como alimento de prestigio y embajadoras culturales de la isla, capaces de transformarse en presentes para importantes figuras o valoradas personas de la vida íntima y social. Para el regalado, un jamón chilote debía representar mucho más que una pieza alimenticia cárnica. Más bien debía estar cargada de significados. Se trataba del mejor jamón del Cono Sur, elaborado en la frontera austral del imperio español, primero, y de

las repúblicas independientes de América, después. En ambos escenarios políticos, las piernas ocuparon este lugar.

Según algunos autores (Mujica et al., 2017), la consolidación del jamón de Chiloé como alimento de prestigio en el mercado limeño tuvo una connotación social de trascendencia cuando alcanzó la mesa del virrey Manuel de Amat, quien ejerció dicho cargo en Perú entre 1771 y 1776. El asunto es interesante, porque la valoración de las élites y, sobre todo, de los grandes líderes políticos por algunos productos típicos vigorizó el valor simbólico de los mismos, los llenó de sentido social y los envolvió de riqueza cultural, posicionándolos en un sitio de honor. Se trataba de dar alimentos elegidos, seleccionados para ocasiones especiales como emblemas de distinción. Así llegó el navío *Nuestra Señora del Carmen*, alias *El Valdiviano*, con su maestre don Bonifacio Andrés Pérez, el 5 de febrero de 1775, al puerto del Callao, proveniente desde Chiloé, con «un cajón de jamones para el excelentísimo señor virrey».

Este fue el primer acto de gastrodiplomacia del jamón chilote en el Perú y fuera de Chiloé,

pero no el único. No se sabe quién envió los jamones al virrey, pero sí se puede asegurar que se trató de un gesto gastrodiplomático. Agasajar al virrey Manuel de Amat y Junyent con estas piernas de lujo podía significar varias cosas, desde ganarse o demostrarle afecto o respeto, hasta ganar un favor o pagar un gesto político favorable, pero jamás un intercambio se realiza sin obtener nada a cambio. Por sobre todas las cosas, indicó la transformación de un producto alimentario en un objeto político, puesto que el virrey del Perú fue gobernador y presidente de la Real Audiencia de Chile entre 1755 y 1761. Dirigió su actividad política hacia los conflictos del sur de Chile, por lo que conoció muy bien la isla de Chiloé, su importancia estratégica y su producción de jamones. El envío de jamones chilotes a su mesa fue el primer gesto de posicionamiento de un territorio alejado y marginal en la cúspide del poder de una unidad político-administrativa mayor, tal como fue el virreinato del Perú. Desde ese vértice, los jamones de Chiloé se esparcirían como objeto político de la gastrodiplomacia del virreinato.

En el marco de estos acontecimientos que demuestran que el jamón de Chiloé fue un gastroregalo político, esgrimido como arma de gastrodiplomacia, ocurrió otro hecho trascendental. Así como en 1775 el jamón de Chiloé alcanzó la mesa del virrey, veintitrés años más tarde hizo lo propio en la mesa del gobernador del puerto de Valparaíso, José Francisco de Paula Martínez de Aldunate y Santa Cruz, máxima autoridad territorial. En Chiloé, el 18 de diciembre de 1798, en el barco *La Castor*, se embarcó un cajón con 25 jamones de regalo para el señor gobernador del puerto (Archivo Nacional Histórico [en adelante ANH], Fondo Contaduría Mayor [en adelante FCM], 1era. serie, vol. 2352, foja 90). José Francisco de Paula Martínez de Aldunate y Santa Cruz nació en Santiago de Chile en 1753, estudió en España durante un tiempo, y a su regreso ocupó importantes cargos políticos y militares como el de regidor, alcalde y coronel. Entre 1796 y 1799 fue investido con el título de gobernador militar de Valparaíso, investidura con la que conoció el jamón de Chiloé.

4. Jamón de Chiloé como regalo social (1792-1877)

A partir de esta transformación alimentaria, apoyado en una polisemia que permitió su redesignación como objeto político, se utilizó también en las relaciones civiles del Cono Sur, ya que los jamones regalados al virrey Amat no fueron un hecho aislado. Nuevas fuentes, las que no indican si están fuera o dentro del ámbito político, confirman su utilización como gastroregalo entre la sociedad civil, particularmente, por ser objeto de lujo entre las clases altas. Los registros de aduana revelaron su categoría de producto elegido para obsequiar a otros. Este tipo de regalos mantiene y fortalece las relaciones humanas y comerciales; vincula personas, mercados y territorios. De esta manera, el 12 de marzo de 1792 salió desde el puerto de San Carlos de Chiloé, con dirección al Callao y sus puertos intermedios, un cajoncito de jamones como obsequio (ANH, FCM, 1era. serie, vol. 1718, foja 75). El hecho es significativo, porque las élites del Cono Sur comenzaron a imitar el obsequio del virrey, enviándose jamones de cortesía entre ellos. El poder e influencia que

ejercía el virrey del Perú sobre América del Sur en la imposición del buen gusto, a imitación de lo que sucedía en Europa, donde Luis XIV dictaba la norma, irradiando desde el palacio de Versalles (Mujica et al., 2017), generó las condiciones culturales óptimas para elevar al jamón chilote a la altura de un gastroregalo.

El 8 de enero de 1799, el jamón chilote vuelve a ser un gastroregalo. El barco *La Castor*, que salió de Chiloé con destino a Valparaíso, llevaba 119 jamones, algunos de los cuales viajaron en calidad de obsequios (ANH. FCM 1era. serie, vol. 2352, foja 90). Treinta tres años después, con la República instalada, la costumbre virreinal de enviar jamones como gastroregalo se mantuvo entre la alta sociedad republicana. El 21 de febrero de 1832, el barco *Pacífico* recaló en el puerto de Valparaíso con 1 cajón con 12 jamones para obsequio; y 2 docenas de jamones también para obsequio (ANH, FCM 1era serie, vol. 2923, foja 292).

El tema del jamón de Chiloé como gastroregalo es interesante y conviene analizarlo bien, porque para algunos autores las rupturas políticas como las revoluciones, en algunos casos,

conllevan roturas agroalimentarias; mientras que, en otros casos, presentan resistencias culturales de las prácticas alimenticias, dibujando o combinando «otros modos culinarios en los que pueden leerse las aspiraciones culturales sociales de los nuevos dirigentes» (Coulon, 2000: 27). A juzgar por las fuentes descritas, el jamón de Chiloé resistió a la Revolución de América. Inclusive, en tiempos de la Guerra del Pacífico, cuando el éxito y elaboración del jamón de Chiloé llegaba a su fin (Mujica et al., 2017), la aristocracia chilena como la de Santiago, por ejemplo, mantenía intacta la tradición de regalarse jamones isleños entre sus congéneres: «les hacía, a los más encopetados, mis regalitos, ya de jamones de Chiloé, ya de quesos de Chanco, de mosto de Concepción o de guachalomos salpresos» (Barros Grez, 1877: 40).

5. Jamón de Chiloé y Bernardo O´Higgins (1817-1834)

Hasta ahora la figura de Bernardo O´Higgins casi no se ha estudiado más allá de sus logros político-militares (Gómez y Ocaranza, 2017). Para el tema que convoca, solo un par

de investigaciones han ido más allá y se han adentrado en conocer su alimentación. Por de pronto aparece un texto sobre su vínculo con el patrimonio del vino (Mujica, Lacoste Adunka, 2019). Otro estudio (Lacoste, Mujica, 2023) muestra su relación con el patrimonio alimentario, donde se contabilizan las veces en que el jamón de Chiloé estuvo presente en su vida, pero sin comprender que se trataba de actos de gastrodiplomacia. Por otra parte, los estudios de Guerrero *et al.* (2016) analizan la vida de O'Higgins en el Perú al convertirse en civil; en esta perspectiva prima su vida privada y resulta relevante para este trabajo el texto de Ibarra, en el cual destaca el trabajo que realizó el prócer en la hacienda de Montalbán. En una línea parecida, Serrano (2018) alude a las actividades comerciales de O'Higgins, particularmente la azucarera, en el mismo espacio y período de tiempo durante su exilio en el Perú, aunque se centra más en el conflicto político que en lo alimentario.

Lo mismo ocurre con la historia del jamón isleño (Mujica *et al.*, 2017), donde se detectó el consumo de jamones por parte de Bernardo O'Higgins, pero no se descubrió su uso como

arma de poder blando, de seducción y conquista cultural. En los encuentros gastronómicos de Bernardo O'Higgins que se mencionan en los actos diplomáticos de los estudios citados, se aprecia que esos actos tuvieron fines políticos, de adhesión y fascinación. Para ello, el patriota utilizó los principales productos típicos del momento. Uno de ellos, el más valorado, que se repitió en sus distintos encuentros culinarios, fue el jamón de Chiloé. Como ya se ha mencionado, se trató de un alimento singular, capaz de llegar a las grandes mesas, a los manteles de los poderosos del momento, destinado para aquellas ocasiones especiales donde se le requería, como objeto de lujo y símbolo de poder.

Su gusto por el jamón también trascendió a los cambios políticos y se mantuvo intacto tanto en Chile como en Perú. No se tiene claridad del momento en que Bernardo conoció el jamón de Chiloé, probablemente, su padre le había hablado de la carta que recibió en 1789 por parte del gobernador de Valparaíso, donde se dio cuentas del valor simbólico del producto como objeto de diplomacia. De todos modos, desde su llegada al poder utilizó las patas

curadas como arma estratégica gastrodiplomática. Durante el banquete de la patria de febrero de 1817, organizado por las hijas y yernos del entonces desterrado José Enrique Rosales para celebrar el triunfo de Chacabuco y la investidura de O'Higgins como director supremo (Pérez Rosales, 1886), el jamón de Chiloé ocupó un papel central. Hasta allí asistió la élite nacional. Y allí relumbraron los jamones chilotes. Hubo una decisión desde la cabeza del Estado, de visibilizar algunos alimentos seleccionados, entre estos, el jamón. Por primera vez llegaban los jamones al principal escenario político de Chile, a la mesa presidencial. Antes habían conseguido la mesa del virrey. Y fueron colocados allí por la misma mano de O'Higgins, quien, junto al general San Martín, degustó el producto (Mujica et al., 2017).

Con este acto, por un lado, se envió un mensaje culinario/político fundamental: los patriotas le arrebataron la mesa al virrey; ahora ellos disfrutaban de esos privilegios. El poder se trasladaba desde España y Perú a la naciente República de Chile. Por otro lado, se trató de un acto de gastrodiplomacia. Los patriotas

debían construir la patria nueva. Debían demostrarle a la élite que estaban a la altura, que ellos también podían liderar el país. Por lo tanto, la mesa con su poder simbólico los ayudó justamente a lograr este objetivo: mostraron a sus pares que estaban a la altura de las circunstancias. La celebración fue la excusa perfecta para edificar la naciente nación y robustecer la independencia. Estas fiestas no tenían objetivos meramente ociosos y de celebración. Eran espacios de comensalidad utilizados para la construcción del poder, en momentos de máxima fragilidad política para el proyecto independentista.

En septiembre de 1817, O'Higgins nuevamente utilizó jamones chilotes como obsequio. Esta vez los ocupó para dar la bienvenida al general San Martín, como agradecimiento por sus esfuerzos en la gesta del Cruce de los Andes para que el libertador viviera de acuerdo con la categoría que correspondía a un héroe de la Independencia. Bernardo le asignó un palacio como residencia, y le hizo enviar mobiliario y víveres acordes a su categoría. En el inventario hecho por Manuel Antonio Sotomayor el 7 de septiembre, encargado de

la gestión, destacaban los variados productos de lujo que le fueron entregados, entre los que se encontraban 25 jamones de Chiloé, único alimento que indicaba su origen geográfico (INS, 2023: 193).

No se tiene claridad de cuándo son estos hechos, pero lo cierto es que O'Higgins, en su calidad de director supremo, y a sabiendas del poder de las mesas y la fuerza de los jamones de Chiloé, organizó un baile y banquete para el general San Martín, su gran amigo. Si hacemos caso al relato de Eugenio Pereira Salas, escrito en 1943: «la mesa corrió a cargo de Francisco del Barrio» (Pereira Salas, 2007: 94). Entre los alimentos seleccionados para la ocasión se presentaron 4 jamones de Chiloé. Como se puede apreciar, Bernardo O'Higgins nuevamente utilizó el recurso gastronómico de la isla para agasajar a su gran amigo, regalando en actos y ceremonias de gastrodiplomacia.

De todos modos, lo señalado por Pereira Salas no estaba tan lejos de la realidad como para hacer caso omiso de su relato. La cuenta del banquete ofrecido por el patriota a Lord Cochrane, el 6 de diciembre de 1818, por

motivo de su llegada a Chile, contiene la lista de los productos que se seleccionaron y sirvieron en aquella ocasión. Para este evento, la mesa también estuvo a cargo de Francisco del Barrio, quien hizo de metre; mientras que la cocina la dirigió el cocinero Carlos Arsol. Al igual que en los banquetes anteriores, esta vez se contó con una pata de jamón de Chiloé (Vicuña Mackenna, 1860: 550-551).

Durante su exilio en Perú, el jamón de Chiloé continuó siendo uno de sus productos gastronómicos favoritos para sus relaciones diplomáticas. Para O'Higgins, la buena gastrodiplomacia debía hacerse con jamones isleños. El 20 de mayo de 1834, desde su hacienda de Montalván, escribió una carta a Carlos Durán. En ella adjuntó otra carta, una destinada a José Zapata, «para que mande lo que encargo, pues se dice que viene el Presidente y pasa por este valle». La presencia de Luis José de Orbegoso y Moncada Galindo en el valle de Cañete despertó el instinto gastrodiplomático de Bernardo O'Higgins. Otra vez debía seleccionar estratégicamente los alimentos a presentar. Ya no estaba en Chile, como en 1817 y 1818, ni tampoco estaba en su calidad

de director supremo. Por eso debió idear un plan que le permitiera contar con un elemento lo suficientemente seductor. En la misma carta, le pidió a Durán que sus encargos los pusiera en un cajoncito, con fin de brindarles un cuidado especial, y que los enviase con el arriero Luis Mendoza. Entonces, entre líneas, dejó entrever su maniobra: «búsqueme media docena de jamones de Chiloé» (Gómez y Ocaranza, 2017: 621).

6. Conclusiones

El jamón de Chiloé fue el primer producto típico en convertirse en objeto político y elemento fundamental de la gastrodiplomacia chilena. Su itinerario histórico, cargando este simbolismo, comenzó en 1719 con el primer registro documental del producto y terminó en 1877, en los últimos años de su vida. Por lo tanto, nació, creció y murió como gastroregalo, gastrolujo y objeto político destinado para las grandes mesas.

El jamón de Chiloé mantuvo la paz en la isla homónima entre 1719 y 1789. El corsario inglés George Shelvocke fue el primero en recibir

jamones de Chiloé como gastroregalo con fines de paz, al mismo tiempo, el gobernador Nicolás Salvo fue un visionario al otorgar las piernas como un obsequio gastronómico altamente valorado, porque a partir de allí, las patas comenzaron a vigorizar su valor simbólico y comenzaron su camino de transformación en objeto político. Las memorias del pirata tienen la riqueza de guardar este antecedente. Posteriormente, en 1740, alcanzó la mesa del navegante británico John Byron, gracias al gobernador Martín de Uribe y Gamboa. Al igual que Shelvocke, Byron escribió las aventuras que vivió en su barco, así se pudo registrar el contacto de este inglés con el jamón de Chiloé. En 1789, otra vez las piernas fueron utilizadas como armas pacíficas de gastrodiplomacia. Para esta ocasión no se hallaron los nombres de los comensales del jamón, pero sí se tiene certeza que, al menos, el gobernador de Valparaíso, José Saavedra, y el gobernador de Chile, Ambrosio O'Higgins, se enteraron de la existencia del jamón de Chiloé y su utilidad pacificadora y diplomática.

Como gastroregalo precioso, el jamón de Chiloé transitó desde las colonias imperiales

españolas hasta las repúblicas independientes, rompiendo las olas de la revolución y las de las fronteras de las nacientes naciones de Perú y Chile, por lo que su simbolismo no logró apagarse durante estos periodos difíciles. En estos escenarios se convirtió en objeto político como obsequio de lujo cuando alcanzó la mesa del virrey del Perú, Manuel de Amat y Junyent, en 1775, y la del gobernador del puerto de Valparaíso, José Francisco de Paula Martínez de Aldunate, en 1798. De igual forma, entre 1792 y 1877 se convirtió en gastrobsequio de las élites civiles.

De la mano de Bernardo O'Higgins, el jamón vigorizó su valor simbólico. Por los datos compilados, O'Higgins fue el líder político que más utilizó al jamón de Chiloé para sus actos y ceremonias diplomáticas. En cinco ocasiones, entre 1817 y 1834, los jamones le fueron de gran ayuda. Primero, le ayudaron a construir la República cuando los presentó en la mesa del banquete de 1817, el día en que los patriotas le arrebataron la mesa al virrey del Perú. De igual forma, durante ese mismo año, los jamones chilotes fortalecieron sus vínculos políticos con el general San Martín, a quien

obsequió con este producto en dos ocasiones, para disfrutar con lujo su estadía en Chile y para deleitarse placenteramente durante un baile con banquete. En 1818 presentó jamones en la mesa del banquete que realizó en honor de Lord Cochrane. Finalmente, durante su ostracismo en Perú también utilizó al jamón chilote como arma estratégica de lujo para sus actos gastrodiplomáticos, cuando en 1834 solicitó jamones para recibir al entonces presidente peruano Luis José de Orbegoso.

En efecto, el fenómeno observado en torno a los jamones de Chiloé y su paso desde producto escogido a gastropregalo de lujo, y desde allí a objeto político, permite inferir que en este proceso influyen una serie de características que tienen la capacidad de potenciar un producto alimentario para su conversión en un objeto dable de ser utilizado simbólicamente con alguna intencionalidad específica, más aún, desde el poder político. Se trataría de productos singulares, acotados territorialmente, de producción reducida, escasos de conseguir, con características organolépticas únicas, duraderos, capaces de resistir en buenas condiciones su distribución mercantil

marítima y terrestre como, en este caso, desde las marginalidades hacia las convencionalidades del imperio español.

El jamón de Chiloé reunía todas las condiciones para convertirse en un objeto político. Era singular, porque los jamones de Chiloé eran los jamones más australes del mundo. Era acotado territorialmente, porque solo se producían en el Archipiélago. Se trataba de un producto de producción reducida, porque era elaborado por familias campesinas que apenas podían criar un número acotado de cerdos al interior de sus casas, bajo el abrigo del fogón, debido a la dureza del invierno y a la falta de recursos de los productores para construir chiqueros fuera del hogar. Esto convertía al jamón en un bien escaso, cuya máxima producción giraba en torno a las 12.000 unidades, lo que lo transformó en alimento de lujo destinado para unos pocos: distinguidos y poderosos. Tenía características organolépticas únicas porque poseía un sabor leve a mariscos, debido a la alimentación de los cerdos, y con un intenso aroma y sabor ahumado de los árboles nativos de la isla. El ahumado intenso lo conservaba en las mejores condiciones de

la época para su comercialización fuera de la isla, recalando incluso en Lima. De esta manera, el jamón de Chiloé alcanzó fama y prestigio, y se transformó en un arma letal de seducción utilizada para las estrategias diplomáticas alimentarias, es decir, para la gastrodiplomacia tanto más cuando demostró su eficacia en cada ocasión que fue utilizado.

Agradecimientos: Este artículo forma parte del proyecto ANID/FONDECYT/INICIACIÓN N.º 11160222 y ANID/ANILLO ATE220008.

Referencias citadas

Abad, F. (2022): *Menús del siglo XX en España*, Gijón, Asturias, Trea.

Aguilera, I., G. Vera (2021): «Transición política y gastrodiplomacia en Chile. Reconciliaciones a la mesa», *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 41, pp. 29-47.

Antinucci, F. (2017): *Espicias. Una historia de descubrimiento, codicia y lujo*, Buenos Aires, Edhasa.

Appadurai, A. (1991): «Introducción: Las mercancías y la política del valor», en A. Appadurai, *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, D.F. México, Grijalbo, pp. 17-87.

Attali, J. (2023): *Historias de la alimentación ¿De qué hablamos cuando hablamos de comer?*, Buenos Aires, FCE.

Barros Arana, D. (1886): *Historia General de Chile*, tomo VI, Santiago de Chile, Rafael Jover.

Barros Grez, D. (1877): *Observaciones sobre el verbo hacer*, Santiago de Chile, El Independiente.

Bayly, C. A. (1991): «Los orígenes de la swadeshi (industria doméstica): Telas y sociedad hindú, 1700-1930», en A. Appadurai, *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, D.F. México, Grijalbo, pp. 353-394.

Byron, J. (1832): *Byron's narrative of the loss of the Wagner*, Londres, H. Leggatt and Co.

Belozerskaya, M. (2008): *La jirafa de los Medici y otros relatos sobre los animales exóticos y el poder*, Barcelona, Gedisa.

Bourdieu, P. (2015): *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.

Camporesi, P. (2022): *El sabor del chocolate. Lujo, moda y buen gusto en el siglo XVIII*, Barcelona, Debate.

Campos, V. (2023): *Pensar/comer. Una aproximación filosófica a la alimentación*, Barcelona, Herder.

Coulon, C. (2000): «La cocina como objeto político», en F. Letamendía, y C. Coulon, coords., *Cocinas del mundo. La política en la mesa*, País Vasco, Fundamentos, pp. 19-28.

Gómez, A., Ocaranza, F. (editores) (2017): *Epistolario general de Bernardo O'Higgins*, tomo II, Santiago de Chile, Ediciones UBO.

Fischler, C. (1995): *El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*, Barcelona, Anagrama.

Geary, Patrick. (1991), «Mercancías sagradas: La circulación de las reliquias medievales», en A.

Appadurai, *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. D.F. México, Grijalbo, pp. 211-239.

Gell, Alfred. (1991): «Los recién llegados al mundo de los bienes: El consumo entre los gondos muria», en A. Appadurai, *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, D.F. México, Grijalbo, pp. 143-175.

Guerrero, C., P. Ibarra., Villalobos, S., Jorquera, I., Pavez, M. (2016): *Ahora soy un simple particular: Vida de O'Higgins en el Perú*, Santiago, Universidad Bernardo O'Higgins.

Harris, M. (2013): *Antropología cultural*, Madrid, Alianza.

Harris, M. (2014): *Vacas, cerdos, guerreros y brujas*, Madrid, Alianza.

Instituto Nacional Sanmartiniano (INS) (2023): *Documentos para la historia del general San Martín*. Tomo VI. Primera Serie. Julio de 1817 - diciembre de 1817, Mendoza, Ministerio de Cultura.

Kopytoff, I. (1991): «La biografía cultural de las cosas: La mercantilización como proceso», en A. Appadurai, *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. D.F. México, Grijalbo, pp. 89-122.

Lacoste, P., F. Mujica, M. Lacoste Adunka (2023): «Los patriotas y el patrimonio alimentario de Chile», *IDESIA*, 41(1), p. 61-70. DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34292023000100061>

Lipovetsky, G., E. Roux (2004): *El lujo eterno. De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*, Barcelona, Anagrama.

Negrín, J. A., P. Lacoste (2022): «El concepto de Enodiplomacia y su aplicación en los Estudios Internacionales», *Estudios Internacionales*, 202, Pp. 107-125. DOI: <http://dx.doi.org/10.5354/0719-3769.2022.66806>

Montanari, M. (1993): *El hambre y la abundancia*, Barcelona, Crítica.

Montanari, M. (2006): *La comida como cultura*, Gijón, Asturias, Trea.

Mujica, F., Lacoste Adunka, M., Lacoste, P., Castro, A., Muñoz, J. y Martínez, F. (2017): «Jamón de Chiloé: itinerario histórico de un producto típico de América del Sur (siglos XVIII y XIX)», *Cuadernos de Historia*, 46, pp. 55-82. Disponible en web: <https://www.scielo.cl/pdf/cuadhist/n46/art03.pdf>

Mujica, F., Lacoste Adunka, M. y Lacoste, P. (2019): «Bernardo O´Higgins y el patrimonio del vino de Chile», *IDESIA*, 37(4) pp. 109-114. Disponible en web: <https://www.scielo.cl/pdf/idesia/v37n4/0718-3429-idesia-37-04-109.pdf>

Pereira Salas, E. (2007): *Apuntes para la historia de la cocina chilena*, Santiago de Chile, Uqbar.

Pérez Rosales, V. (1886): *Recuerdos del pasado (1814-1860)*, Santiago de Chile, Imprenta Gutenberg.

Renfrew, Colin. (1991): «Varna y el surgimiento de la riqueza en la Europa prehistórica», en A. Appadurai, *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, D.F. México, Grijalbo.

Sennett, R. (2012): *Juntos. Rituales, placeres y políticas de cooperación*, Barcelona, Anagrama.

Serrano, G. (2018) «O´Higgins y su dulce destierro. El negocio del azúcar en tierras peruanas y sus intereses en la guerra de Chile contra la Confederación Perú – Boliviana (1836-1839)», *Intus – Legere Historia*, 12(1), pp. 139-168. Disponible en web: <https://intushistoria.uai.cl/index.php/intushistoria/article/view/239/219>

Sombart, W. (1965): *Lujo y capitalismo*, Madrid, Revista de Occidente.

Turner, J. (2017): *Las especias. Historia de una tentación*, Barcelona, Acantilado.

Urbina, X. y Channing, C. (2018): «El corsario inglés George Shelvocke en Chiloé, 1719», *Fogón*, 1(2), p. 27-39.

Varios Autores (VV. AA.) (2015): *Atlas ilustrado. El jamón*, Madrid, Lexus.

Vicuña Mackenna, B. (1860): *El ostracismo del general D. Bernardo O´Higgins. Escrito sobre documentos inéditos y noticias auténticas*, Santiago de Chile, Santos Tornero.

Vicuña Mackenna, B. (1883): *Juan Fernández*.
Historia verdadera de la isla de Robinson Crusoe,
Santiago de Chile, Rafael Jover.