

# Chocolate para el imperio: la interiorización europea de la estética mesoamericana\*

POR MARCY NORTON\*\*

TRADUCCIÓN DE IVÁN TOMÁS MARTÍN JIMÉNEZ

## RESUMEN

Este artículo ofrece una nueva interpretación de cómo y por qué los europeos desarrollaron el gusto por el chocolate. Mientras estudios previos sugieren que los europeos transformaron el chocolate en términos materiales e ideológicos para que encajara en su propio conjunto de gustos y prejuicios, aquí se demuestra que los europeos aprendieron a que les gustara el chocolate en los términos de los indígenas como resultado de su estatus como minoría cultural en la Mesoamérica colonial. Este artículo también utiliza el caso histórico de la transculturación migratoria del chocolate para revisar los modelos explicativos del gusto usados en la literatura histórica y antropológica. Rechaza los esencialismos biológicos y cultural-funcionalistas y muestra, en cambio, que el gusto es una variable histórica independiente asociada a las circunstancias sociales.

## PALABRAS CLAVE:

*Chocolate, cacao, gusto, consumo, historia del mundo Atlántico, imperialismo.*

## Tasting Empire: Chocolate and the European Internalization of Mesoamerican Aesthetics

### ABSTRACT

This article offers a new interpretation of how and why Europeans developed a taste for chocolate. While previous studies have suggested that Europeans transformed chocolate materially and ideologically in order to make it fit their existing set of tastes and prejudices, it is demonstrated that Europeans learned to like chocolate on Indian terms as a result of their status as cultural minorities in colonial Mesoamerica. In addition this article uses the historical case study of chocolate's trans-cultural migration to revise current models of taste used in historical and anthropological literature. It rejects biological-essentialism and cultural-functionalism and instead shows that taste is an independent historical variable affected by social circumstances.

### KEY WORDS:

*Chocolate, cacao, taste, consumption, Atlantic history, imperialism.*

## Chocolate para o império: a interiorização europeia da estética da Mesoamérica

### RESUMO

Este artigo oferece uma nova interpretação da forma como os europeus desenvolveram o gosto pelo chocolate. Enquanto os estudos prévios sugeriram que os europeus transformaram o chocolate material e ideologicamente de tal forma que encaixasse dentro de seus preconceitos e gostos pré-existentes, está demonstrado que os europeus aprenderam o gosto pelo chocolate nos mesmos termos dos índios, como resultado de seu status de minoria cultural na Mesoamérica colonial. Além disso, o artigo utiliza o caso histórico da transculturação migratória do chocolate para revisar os modelos explicativos do gosto usados na literatura histórica e antropológica. O texto recusa os essencialismos biológico e cultural – funcionalistas e mostra que, ao contrário, o gosto é uma variável histórica independente relacionada às circunstâncias sociais.

### PALAVRAS CHAVE:

*Chocolate, cacau, gosto, consumo, histórica do Atlântico, imperialismo.*

\* La presente traducción corresponde al artículo Tasting Empire: Chocolate and the European Internalization of Mesoamerican aesthetics publicado en el 2006 en *The American Historical Review*, 111 (3), 660-691. La traducción del texto no es competencia de *The American Historical Review*.

\*\* Profesora asociada del Departamento de Historia de la George Washington University. Su libro, *Sacred Gifts, Profane Pleasures: A History of Tobacco and Chocolate in the Atlantic World*, será publicado por Cornell University Press en el segundo semestre de 2008.

**C**uando llegaron los Españoles y Portugueses a la América, sus naturales les componian un licor con el cacao diluido en agua caliente sazonado con pimienta y otros simples, y mezclado todo con puches hecha de maíz para aumentar el volumen. Toda esta mezcla daba a dicha composición un aspecto tan tosco y un gusto tan salvaje... Los españoles, más industriosos que los Salvages, procuraron corregir el mal gusto de este lico, añadiendolo a la pasta de cacao diferentes aromas de Oriente y muchisimas drogas del país [España]. De todos estos ingredientes, nosotros hemos conservado el azúcar, la vainilla y la canela (Lavedán, 1991 [1796], pp. 214- 215).

Escrito a finales del siglo XVIII, este recuento de la asimilación europea del chocolate es una de las versiones más tempranas del mito que permea los estudios modernos sobre el tema: la idea de que los españoles, debido a que encontraron desagradable la preparación del chocolate de los indios, “procuraron corregir el mal sabor” eliminando las extrañas especias del Nuevo Mundo y agregando azúcar. Contrario a la opinión popular y a la de la academia, la razón del éxito del chocolate entre los europeos no fue que pudieran insertarlo en un conjunto de sabores y categorías discursivas ya existentes, ocultando los sabores indígenas con azúcar y el simbolismo mesoamericano con excusas médicas. Los españoles no alteraron el chocolate para que se ajustara a las predilecciones de su paladar. Más bien, los europeos desarrollaron desprevénidamente un gusto por el chocolate de los indios, y buscaron recrear la experiencia indígena del chocolate en América y en Europa. Los europeos en el Nuevo Mundo, y posteriormente en el Viejo Mundo, somatizaron los valores estéticos nativos. La migración del hábito de consumir chocolate condujo a la transmisión intercultural de gustos (un apetito por especias como la vainilla y la pimienta, por el color rojo y por la espuma). Con el tiempo, la composición del chocolate efectivamente evolucionó, pero éste fue un proceso gradual de cambio ligado a los desafíos tecnológicos y económicos impuestos por el comercio a larga distancia, y no una ruptura radical en las preferencias estéticas de los consumidores de chocolate.<sup>1</sup>

1 “Cacao” se refiere a las semillas de las vainas carnosas del árbol del cacao (*Theobroma cacao*). “Chocolate” se refiere a las sustancias consumibles en las que el ingrediente principal es el cacao; antes de 1800, casi siempre se refiere a una bebida.

¿Cuándo y cómo asimilan las sociedades cosas del extranjero? En el contexto de la globalización moderna temprana, esta pregunta ha sido formulada por académicos que trabajan en tres tradiciones historiográficas: las historias de la expansión imperial y el colonialismo, los estudios sobre el consumo, y la comida. Aunque asombrosamente ha habido poco diálogo entre estos tres campos, sus aproximaciones pueden categorizarse de manera similar: algunos tienden al esencialismo biológico y económico, mientras otros se inclinan hacia el funcionalismo cultural. Al volver a examinar las razones por las cuales los europeos desarrollaron un gusto por el chocolate, es evidente que tanto el modelo esencialista como el funcionalista del gusto son inadecuados. Los primeros europeos que aprendieron a consumir chocolate no estaban cumpliendo un destino psicológico ni reproduciendo un *ethos* social deseable.

Entre los diversos avances en los estudios sobre colonialismo e imperialismo está el reconocimiento de que el colonialismo no es únicamente algo que se le hace a alguien más; luchas e iniciativas en la periferia cambiaron la sociedad y la cultura, así como también la economía de la metrópoli (Stoler y Cooper, 1997, p. 1).<sup>2</sup> Tradicionalmente, los historiadores interesados en los intercambios materiales entre la metrópoli y la periferia han considerado los “bienes” como una categoría estática. *The Columbian Exchange* de Alfred Crosby (1972), uno de los hitos en esta materia, da por sentado el carácter universal de las cosas que migran. Crosby muestra cómo los europeos finalmente incorporaron la papa, el maíz, el tomate y otros cultivos del Nuevo Mundo en sus hábitos alimenticios, al mismo tiempo que el suelo americano se convirtió en un lugar apto para plantaciones de azúcar y el cultivo del trigo; también muestra cómo los agentes patógenos atravesaron océanos y precipitaron una catástrofe demográfica.<sup>3</sup> Esta literatura ignora en gran medida la cuestión de *por qué* los europeos adoptaron ciertos bienes propios de las colonias, asumiendo que el bajo costo de las papas y el maíz, el exquisito sabor del chocolate y el insidioso carácter adictivo del tabaco eran

2 Fenómenos que eran vistos exclusivamente como desarrollos internos de Europa (innovaciones científicas, identidades nacionales, epistemologías ilustradas y la antropología moderna, entre otros), ahora han sido ligados a relaciones dinámicas entre los centros europeos y las periferias coloniales. Ver Schiebinger (2005), Smith y Findlen (2002), Schiebinger y Swan (2005), Cañizares Esguerra (2001), Anderson (1991, pp. 56-57), Colley (1992), Colley (2002), Zimmerman (2001), Barrera (2006). Estos estudios se ubican cerca del viejo debate, que ahora se ha revitalizado, sobre el papel de la expansión europea en el desarrollo del capitalismo moderno (ver más abajo).

3 Los siguientes trabajos también hacen parte de esta tradición: Melville (1994) y Diamond (1997).

razones suficientes. Los estudios históricos ambientales similares a éste no tienen en cuenta el contexto social americano y europeo, el cual determinó en gran parte qué y cómo fueron apropiadas las novedosas flora y fauna del Nuevo Mundo.<sup>4</sup>

Otro grupo de académicos ha tomado el camino opuesto en sus estudios acerca de la adopción europea de los bienes coloniales, o, a la inversa, de la apropiación indígena de los bienes de la metrópoli. En *Entangled Objects: Exchange, Material Culture, and Colonialism in the Pacific*, un estudio sobre cómo la gente de origen europeo y los habitantes de las islas del Pacífico han usado los artefactos de unos y otros, Nicholas Thomas sostiene que “los objetos no son aquello para lo que fueron hechos sino aquello en lo que se han convertido” y rechaza “la estabilización de la identidad de una cosa en su forma material, una forma fija y consolidada” (Thomas, 1991, pp. 4, 125-126, 143, 153, 184).<sup>5</sup> Para Thomas, las colecciones europeas de piedras, herramientas, vestidos de plumas, vasijas talladas, armas y otros artefactos dignos de un museo “realizaban la... operación de representar un viaje y el trabajo de la ciencia”. Esta línea de pensamiento es análoga a la que J. H. Elliot presenta en su influyente trabajo sobre cómo y cuándo los europeos “asimilaron” los descubrimientos del Nuevo Mundo a sus estructuras intelectuales. Elliot encontró que los naturalistas y etnógrafos sólo podían ver los bienes del Nuevo Mundo a través de la red de herencia de modelos clásicos ejemplificados en las obras de Aristóteles, Galeno y Dioscórides (Elliot, 1970, pp. 8, 15).<sup>6</sup>

Los historiadores culinarios también han argüido que los paradigmas existentes sobre la comida y las drogas contribuyen significativamente a explicar cuándo y cómo los europeos incorporaron alimentos desconocidos o drogas en sus dietas y botiquines. De acuerdo con el historiador culinario Alan Davidson, la razón por la cual algunos bienes de consumo del Nuevo Mundo tuvieron más éxito que otros fue la “habilidad [de los europeos] para encajarlos en los esquemas europeos, la habilidad de hacer analogías entre éstos y alimentos familiares”. Esta lógica

4 El determinismo ambiental de Crosby es todavía más evidente en su libro posterior (Crosby, 1986, especialmente pp. 145-170).

5 De manera similar, Marshall Sahlins desarrolló la idea de “indigenización de las mercancías” para argumentar que las culturas no occidentales no aceptaban pasivamente bienes provenientes de Europa, sino que los incorporaban en sus propios términos de maneras que eran consistentes con sus propias culturas (Sahlins, 1988). Jordan Goodman utiliza el modelo de Sahlins para explicar el éxito del tabaco en Europa (Goodman, 1994, pp. 41-42).

6 Los trabajos de Todorov (1984), Pagden (1982), Greenblatt (1991) y Swan (2005) también pertenecen a esta tradición.

también incide en estudios similares que aseguran que los pavos y los granos del Nuevo Mundo fueron rápidamente aceptados por los europeos porque éstos los asociaron con aves de corral y con leguminosas familiares; o que el maíz tuvo éxito en lugares como el norte de Italia, en donde los habitantes ya apreciaban el *pulmentum* (polenta) hecho con mijo o cebada. Por el contrario, para el caso de la papa y el tomate, se afirma (problemáticamente) que estos productos fueron tratados inicialmente con suspicacia, por su parecido a una planta venenosa: la belladona.<sup>7</sup> Un marco similar ha sido utilizado para explicar la aceptación del tabaco en Europa: sus supuestos efectos terapéuticos resultaban atractivos para una cultura europea obsesionada por encontrar una panacea universal.<sup>8</sup>

El modelo “cultural-funcionalista” también se puede apreciar en las historias sobre el consumo que cuentan con una sólida base teórica. El influyente trabajo del sociólogo Pierre Bourdieu es representativo en este sentido. En *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Bourdieu se enfrenta activamente a la tradición platónica y kantiana (cuyos herederos son deterministas biológicos), la cual defiende una capacidad natural y universal para discernir lo inherentemente bello o excelente. En contraste, Bourdieu intenta mostrar el fundamento contingente y contextual de las determinaciones estéticas. Su tesis es que “el gusto clasifica, y clasifica al clasificador. Los sujetos sociales clasificados por sus clasificaciones se distinguen a través de las distinciones que hacen entre lo bello y lo feo, lo distinguido y lo vulgar, en todo lo cual su posición en las clasificaciones objetivas se expresa o queda en evidencia”. Bourdieu sostiene que placeres aparentemente subjetivos corresponden a jerarquías sociales (Bourdieu, 1984, pp. 6, 3).<sup>9</sup> De acuerdo con el sociólogo

7 Davidson (1992, p. 3). Ken Albala escribe que “la clave” para explicar la aceptación de la comida “parece residir en si los nuevos alimentos eran considerados análogos a cosas normalmente utilizadas en la dieta o podían reemplazar otros ingredientes en una receta con resultados comparables” (Albala, 2002, pp. 233-238). La noción de “analogía” es con frecuencia un importante mecanismo para la absorción de nuevos bienes, y es usada más abajo para dar cuenta de los cambios en la composición del chocolate, pero no es aplicable a la fase inicial de la asimilación europea de dicha bebida. Los dos volúmenes sugieren que se requiere más investigación sobre la difusión del tomate y las papas, pues la idea de que existía una resistencia considerable frente a estos productos se apoya en fuentes literarias, en tanto que evidencia encontrada en inventarios de un hospital de Sevilla muestran su uso habitual a finales del siglo XVI (Hamilton, 1965). Los inventarios del hospital registran compras frecuentes sin presentar una explicación particular; ver, por ejemplo, Archivo de la Diputación de Sevilla, Hospital Cinco Llagas, lib. 110, pp. 1591-1595.

8 Ver, entre otros, Dickson (1954), Goodman (1994, pp. 41-44). Yo presento otra interpretación de la transculturación del tabaco similar a la que expongo aquí para el chocolate en Norton (próxima publicación), trabajo basado en mi disertación (Norton, 2000).

9 Ver también Wacquant (1992, p. 662).

francés, la forma particular que asume la capacidad humana de discriminar entre imágenes, sonidos, texturas y sabores (en otras palabras, el gusto) en un momento histórico dado favorece los intereses de aquellos que tienen el poder.

Haciendo eco de los hallazgos de sociólogos, desde Thorstein Veblen a Bourdieu, los historiadores culturales en general han evitado el determinismo biológico o económico y, en cambio, han entendido el gusto como una construcción social. El modelo cultural-funcionalista del gusto es evidente en el que es quizás el estudio más innovador e importante a la fecha en la historia del colonialismo y el consumo: *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History* de Sidney Mintz. Su tesis central es que el deseo aparentemente irreprimible por el azúcar en el mundo moderno no es simplemente la consecuencia de la predilección biológica de la lengua por el dulce, sino que se trata más bien del resultado histórico de una conjunción de factores. Al trazar la transformación del azúcar como aditivo medicinal en un bien de lujo entre las clases altas, Mintz sostiene que el azúcar “encarnaba la posición social de los ricos y poderosos”, y llama la atención sobre “la utilidad del azúcar como una marca de rango para validar la propia posición social, para elevar a los demás, o para definirlos como inferiores”. El uso del azúcar se trasladó a otras clases sociales, en buena medida, porque sus miembros aceptaban los significados de sus superiores sociales: “quienes controlaban la sociedad ocupaban una posición de mando no sólo en lo que respecta a la disponibilidad del azúcar, sino también con respecto a por lo menos algunos de los significados que adquirieron los productos relacionados con el azúcar... el control simultáneo de los alimentos y de los significados que se les otorgaban puede ser un medio de dominación pacífico” (Mintz, 1985, pp. 139, 140, 153, 166-167). Para Mintz, como para Bourdieu, la hegemonía de clase está basada en una interpretación de la difusión del gusto según la cual éste se va filtrando de arriba hacia abajo.

Algunos académicos han criticado el modelo de “emulación” porque, según ellos, se asume una “identidad entre el fenómeno de ‘filtración hacia abajo’ y el comportamiento imitativo”. Un crítico sagaz, Colin Campbell, señala que “el que un mercader o un tendero tengan ahora la capacidad y la voluntad de comprar un producto que solía ser característico de patrones de consumo aristocráticos superiores no necesariamente implica que estas personas estén tratando de imitar un modo de vida aristocrático”. Campbell propone reemplazar la “tesis de la emulación” con una aproximación que “otorgue un papel central a los significados subjetivos que, en realidad, acompañan y le

dan forma al comportamiento”. Esto lo lleva a argumentar que la novedad en el comportamiento de los consumidores en la Inglaterra del siglo XVIII residió en que éste estaba determinado por una sensibilidad “romántica” que lo distinguía de formas previas de consumo, pues lo que lo caracterizaba era “una forma peculiar de hedonismo en la cual el disfrute de las emociones despertadas a través de imágenes imaginarias o ilusorias resulta central... combinado con el privilegio que se le da al placer por encima del confort” (Campbell, 1993, pp. 40, 42, 48; Campbell, 1987).

Unos pocos historiadores han avanzado en la misma dirección de Campbell y han relacionado nuevas formas de comportamiento de los consumidores a un *ethos* predominante, atribuyendo de esta manera la atracción aparentemente repentina de los consumidores británicos por el café y, posteriormente, por el té, a ideales emergentes de “virtuosos” (marcados por una “curiosidad ilimitada”), de “racionalidad masculina” y, más adelante, de “domesticidad femenina” en la Inglaterra de los siglos XVII y XVIII (Cowan, 2005, p. 11; Smith, 2002). A pesar de su distanciamiento con respecto a interpretaciones “funcionalistas” del comportamiento del consumidor, todos estos académicos comparten con sus antecesores “funcionalistas” una concepción idealista del comportamiento: en otras palabras, el comportamiento corporal depende de valores abstractos, los comportamientos son la manifestación de un *ethos*.<sup>10</sup>

Estos académicos han desempeñado un gran servicio al desacreditar la noción de un consumidor racional que actúa simplemente esforzándose por maximizar los valores de uso de la función de los bienes o por cumplir con un destino biológico. Sin embargo, este actor reductivamente racional o biológico ha sido reemplazado por un consumidor reductivo que consume sólo para manifestar su identidad social o la identidad social a la que aspira. En su estado actual, la historia de los consumidores ha sido escrita en gran medida para reproducir narrativas existentes de modernización: la emergencia del consumidor cortesano, del consumidor de la esfera pública, del consumidor burgués o del consumidor romántico hedonista. Más aún, no todo el mundo está de acuerdo en que el “consumo moderno” se originó en la Inglaterra del siglo XVIII. Algunos académicos localizan su origen en la Europa renacentista de los siglos XVI y XVII, o en los Países Bajos del siglo XVII. En concordancia con el debate sobre periodización y geografía, una grieta divide a aquellos

10 Por lo tanto, los caracterizo como teóricos “cultural-funcionalistas” del gusto, pues para ellos “el gusto” sigue siendo una función de un *ethos* abstracto.

que creen que el consumo moderno fue un fenómeno que nació en la sociedad cortesana y fue emulado por la burguesía, de los que consideran que las nuevas clases medias del norte de Europa fueron las que produjeron la innovación significativa.<sup>11</sup> Una derivación de este debate tiene que ver con la distinción entre consumo “moderno” y “tradicional”, o “Nuevo Lujo” y “Antiguo” (Campbell, 1987; Appleby, 1993, p. 172; De Vries, 2003, pp. 43, 50-53). La incapacidad de los académicos para ponerse de acuerdo sobre el momento en que emergió el consumidor moderno prototípico y cuáles eran sus características principales sugiere que tales distinciones son en gran medida semánticas y, por lo tanto, demasiado arbitrarias como para ser de alguna utilidad.

Sin embargo, es indiscutible que un fenómeno genuinamente nuevo en términos de los consumidores fue la demanda acelerada de comestibles novedosos y lujosos (las importaciones exóticas de tabaco, café y té, así como de chocolate), y la explosión masiva en el consumo de azúcar. Una medida de esta transformación es que, mientras en 1559 los “comestibles no europeos” representaban menos del 9% del valor total de las importaciones a Inglaterra, para 1800 esa proporción había aumentado hasta alcanzar un 35% (Asmas, 2003, p. 178).<sup>12</sup> Existe un debate apasionado sobre el impacto de la expansión de ultramar en las economías de Europa y, en últimas, en su modernización. En cualquier caso, tanto los partidarios de una interpretación “internalista” de la modernización europea como los que apoyan una interpretación “externalista” están de acuerdo en que la demanda y el comercio transatlántico de estas mercancías tuvieron unos efectos económicos profundos. Siguiendo a Adam Smith y Karl Marx, Kenneth Pomerantz y Robin Blackburn sostienen que las compañías comerciales coloniales y las utilidades provenientes del comercio de esclavos y de las economías de plantaciones con mano de

11 Entre los partidarios del siglo XVIII, ver McKendrick, Brewer y Plumb (1982), y Berg y Eger (2003). Para la visión renacentista, ver Goldthwaite (1993); Goldthwaite (1980); Mukerji (1983); Jardine (1996), y Findlen (1998). Jan de Vries afirma que “el comportamiento del consumidor moderno hizo un avance decisivo... en la República de los Países Bajos”; De Vries (2003, p. 41). Sobre los orígenes en el siglo XVII, ver también Levy Peck (2005). El debate clásico sobre el origen burgués del consumo moderno vs. el origen aristocrático fue entre Werner Sombart y Max Weber. Los que afirman que la revolución del consumo tuvo lugar en la Gran Bretaña del siglo XVIII llaman la atención sobre las clases medias ascendentes, mientras que aquellos que piensan que ocurrió antes se centran en las cortes. Para De Vries, la sociedad urbana de la Era Dorada de la República de los Países Bajos generó el comportamiento del consumidor moderno (De Vries, 2003). Para una visión panorámica de estos debates, ver Agnew (1993, pp. 23-25) y Clunas (1999).

12 Ver también Mintz (2003, p. 266); Ortiz (1995 [1947]); Goodman (1994); Coe y Coe (1996); Goodman, Lovejoy y Sherrat (1995); Walvin (1997); Smith (2002).

obra esclava, estimuladas por la demanda europea de comestibles tropicales, fueron un prerrequisito para la industrialización y el despegue económico europeo.<sup>13</sup> Pero incluso algunos de los que rechazan la idea de que las utilidades del comercio atlántico estimularon directamente el peculiar dinamismo europeo que culminó en la Revolución Industrial piensan que el deseo masivo de importaciones de lujo provenientes de ultramar (tabaco, azúcar, cacao, café y té) afectó la economía europea de manera significativa, aunque indirecta.<sup>14</sup> La atracción hacia estos estimulantes pudo haber motivado a la gente a trabajar más para poder tener suficiente dinero, a fin de pagar sus nuevos hábitos, fenómeno que Jan de Vries ha llamado la “Revolución Industriosa”. Adicionalmente, la demanda de tabaco, chocolate, café y té llegó acompañada del interés por los accesorios correspondientes, lo cual incitó a los manufactureros de Europa a producir tazas de porcelana para el chocolate, tazas de té chinas de imitación, pipas de arcilla y cajas para el rapé. El nuevo aprecio por los comestibles tropicales americanos estimuló el comercio en Europa, así como en sus colonias.<sup>15</sup>

A pesar del creciente énfasis en la importancia de los “comestibles de lujo” para las transformaciones en la cultura y la economía de Europa, los académicos no han sabido reconocer la primacía del chocolate en el panteón de las importaciones tropicales. En el siglo XVIII, el café y, en particular, el té sobrepasaron al chocolate en términos de las cantidades importadas (Goodman, 1995, p. 126), pero este último producto fue la *primera* bebida estimulante consumida por los europeos en cantidades significativas. Este hecho se pasa por alto incluso en los estudios más recientes sobre la llegada de bebidas estimulantes a Europa. El chocolate es ignorado, en el mejor de los casos; sin embargo, lo más frecuente es que los académicos asuman erróneamente que el chocolate llegó a Europa *después* del café. Esta falsa idea ha llevado a muchos a explicar la difusión del chocolate como una consecuencia de la popularidad del café.<sup>16</sup> Sin embargo, la verdad

13 De Vries (1976, p. 141); Elliot (1970); Blackburn (1998, pp. 363, 376); Pomerantz (2000, p. 194). Ver también Mintz (1985).

14 De Vries (1976, p. 145); Eltis (2000, pp. 270-276); De Vries y Van der Woude (1997, pp. 350, 502).

15 De Vries (1993, pp. 85-132) y De Vries (1994); De Vries (1976, p. 41). Ver De Vries y Van der Woude (1997, pp. 305-311, 324-329) para la contribución indirecta del tabaco, el café, el té y el chocolate en sectores particulares como el procesamiento del tabaco, la manufactura de rapé y pipas, y la porcelana, en la “primera economía moderna” de la República de los Países Bajos.

16 Por ejemplo, Davidson sugiere que el chocolate fue aceptado cuando “eventualmente se hizo una analogía con el café”, de manera que “podría entonces ser encasillado como una bebida lujosa con cualidades estimulantes” (Davidson, 1992, p. 3). Ver también Mintz (1985, p. 111); Courtwright (2001, p. 19); Cowan (2005, p. 75). Wolfgang Schivelbusch se equivoca cuando sostiene que el chocolate fue un “fenómeno exclusivamente español” en el siglo XVII (Schivelbusch, 1992, p. 91).

es que el chocolate ya tenía una presencia importante en la península Ibérica en la década de 1590, y se había extendido hacia el norte para la década de 1620.<sup>17</sup> El consumo de café, de otro lado, no se afianzó en Inglaterra sino hasta la década de 1650 (a pesar de que los comerciantes ingleses participaron en su comercialización en el mercado interasiático en décadas anteriores), y en España, hacia el final del siglo XVIII; el predominio del té en Gran Bretaña comenzó a finales del siglo XVII.<sup>18</sup> La noción generalizada según la cual el consumo de café condujo al consumo de chocolate es anacrónica. Por el contrario, al parecer el chocolate ayudó a allanar el camino para el café, pues creó un apetito entre los consumidores por bebidas estimulantes calientes, oscuras, amargas y endulzadas.<sup>19</sup> Al igual que las bebidas cafeinadas

que aparecieron después, el chocolate probablemente también aumentó la demanda de azúcar, debido a que los dos productos se consumían juntos. No es posible entender a cabalidad la creciente popularidad del azúcar si no se tienen en cuenta las razones de la difusión de las bebidas estimulantes (Mintz, 1985, p. 150; Smith, 2002, p. 121).<sup>20</sup>

## TEORÍAS DEL GUSTO Y LA DIFUSIÓN DEL CHOCOLATE

Los estudios sobre el chocolate se encuentran en los intersticios de la historia culinaria, la historia colonial y la historia del consumo y, como éstas, se mueven entre el esencialismo biológico y el funcionalismo cultural. Investigaciones químicas y neurofisiológicas que han aislado e identificado poderosos compuestos psicoactivos respaldan el atractivo inherente del chocolate, o incluso sus cualidades adictivas. El cacao contiene metilxantinas estimulantes (pequeñas cantidades de cafeína y grandes cantidades de teobromina, que es un poco más débil), feniletilamina (la cual es más potente y se parece a la anfetamina), cannabinoides generadores de placer y flavonoides (los cuales ayudan a bajar el colesterol). La grasa y el azúcar del chocolate también pueden estimular al cerebro a producir opiáceos.<sup>21</sup> La idea de que el chocolate puede ser atractivo universalmente debido a la afinidad entre sus compuestos activos y las “propensiones del cuerpo humano” es sugestiva.<sup>22</sup> No es posible ignorar las poderosas cualidades psicoactivas del cacao y el papel

17 Sobre España, ver más abajo. El lugar que ocupó el chocolate en Europa del norte a comienzos del siglo XVII no ha recibido la atención que se merece, pero la evidencia disponible es sugerente. El primer tratado dedicado al chocolate en Inglaterra (una traducción del tratado de Antonio Colmenero de Ledesma) apareció más de veinte años antes que los primeros tratados sobre el café; comparar *A Curious Treatise of the Nature and Quality of Chocolate... Put into English by Don Diego de Valdes-forte* (1640) con Cowan (2005, pp. 314-326). Colmenero de Ledesma escribió en 1631: “Es tanto el numero de gente que oy dia bebe Chocolate, que no solamente en las Indias, adonde tuvo su origen y principio esta bebida, sino que tambien en España, Italia, y Flandes” (Colmenero de Ledesma, 1631, 1r.). Documentos de 1624 registran a jesuitas en Nueva España enviando chocolate a Roma a través de Sevilla (Archivo General de Indias, Contratación 825, No. 8). (En adelante, me referiré al Archivo General de Indias con las iniciales AGI, y a la Contratación, con CT). Además, las traducciones del *Curioso tratado* de Colmenero de Ledesma proliferaron en inglés (1640, 1652 y 1685), francés (1643, 1671), latín (1644) e italiano (1667, 1678, 1694) (Mueller, 1960). Dados los vínculos cercanos entre los miembros de la nobleza europea y la devoción de la aristocracia española por el chocolate (devoción que ya se manifestaba para la década de 1620), es lógico suponer que la nobleza de los países no ibéricos tuvo varias oportunidades de adquirir el gusto por el chocolate.

18 Los primeros encuentros de los europeos con el café ocurrieron a finales del siglo XVI, sobre todo en regiones que estaban bajo el control otomano, pero no fue sino hasta mediados del siglo XVII que este producto se comenzó a importar para el consumo europeo (Cowan, 2005, pp. 58-60; Leclant, 1979). La hegemonía del chocolate en España continuó hasta finales del siglo XVIII, cuando el café comenzó su ascenso victorioso (Kany, 1932, p. 151).

19 Una evidencia directa de que el café fue visto como un pariente del chocolate es la *Carta que escribió vn Médico cristiano, que estava curando en Antiberi, a vn Cardenal de Roma, sobre la bebida del Cahué o café*. A comienzos del siglo XVII, un médico español que se encontraba en un local sin identificar en algún lugar del Imperio otomano vio “El Cahué es bebida tan ordinaria entre los Turcos, Persianos y Moros” a través de su familiaridad con el chocolate. Llamó a las tazas de café utilizadas por los turcos, los persas y los moros *jícaras*, con el nombre precolombino hispanizado de las tazas de chocolate. Además, describió la vasija utilizada para hervir el agua como “en una olla vidriada o una chocolatera estañada que tenga pico”. Registró que “en el hecharan una cucharada de açúcar molido como en el Chocolate, y menearan con la cuchara de plata, y lo beberan a sorbos como el Chocolate, lo mas caliente que puedan”. Muchos tratados iniciales de toda Europa agrupaban al chocolate, el café y el té: Dufour (1685); Spon (1671); Chamberlayne (1682); Anon (1685); Blegny (1687).

20 ¿Por qué los académicos no han reconocido la relación real que existe entre el chocolate y el café? La respuesta puede tener que ver con la proyección anacrónica de la receta contemporánea para el chocolate (baja en cacao, con mucha leche y otros aditivos) respecto a la preparación usual en la modernidad de los primeros años, la cual prescribe una gran cantidad de cacao y nada de leche. Además, viejas suposiciones sobre la excepcionalidad holandesa y británica, y el reconocimiento teleológico de que estos modernizadores económicos precoces, en últimas, obtuvieron la mayoría de sus beneficios económicos a través del comercio de bienes asiáticos y atlánticos, han llevado a los académicos a concentrarse en el contexto del norte de Europa y a ignorar el Atlántico ibérico. Sin embargo, la destreza económica británica y holandesa no debería ocultar el hecho de que la demanda europea de bebidas estimulantes comenzó en Hispanoamérica, y de ahí se extendió a la península Ibérica y, posteriormente, al norte de Europa. Para estudios que enmiendan en alguna medida la falta de atención al papel de la península Ibérica en el desarrollo de la epistemología ilustrada y la revolución científica, ver respectivamente, Cañizares Esguerra (2001) y Barrera (2006).

21 Bioquímicos han identificado más de trescientos compuestos químicos en el cacao, muchos de los cuales han sido objeto de intensa experimentación. En la actualidad se están llevando a cabo investigaciones al respecto y todavía existe mucha ambigüedad sobre el efecto de estos compuestos en el sistema nervioso. Ver Weinberg y Bealer (2001, pp. 217-219, 223, 231-232); y Tomaso, Beltramo y Piomelli (1996, p. 667).

22 Eric Wolf se refiere a la “Gran dosis” de Europa (haciendo alusión a la “dosis” de una droga psicoactiva). Wolf (1982, p. 322).

que cumplen en la historia de la humanidad. Sin embargo, estas cualidades no explican por sí solas el que los europeos hayan adquirido un gusto por el chocolate.<sup>23</sup>

La explicación puramente farmacológica tiene una limitación obvia: las propiedades del cacao que pueden generar un consumo habitual de chocolate pueden dar cuenta de su consumo una vez éste ya se ha empezado a consumir, pero no pueden explicar su éxito inicial. Otro problema de la explicación farmacológica es que la brecha de setenta años entre los primeros encuentros europeos con el chocolate y su consumo a gran escala hace insostenible cualquier tesis de adicción instantánea. Más aún, el que el cacao contenga compuestos psicoactivos tan atractivos no ayuda a explicar las diferencias y la evolución de las formas que ha tomado el chocolate a través de la historia. Tal vez la refutación más persuasiva de la teoría según la cual los europeos reconocieron instantáneamente la atracción estética y psicoactiva del chocolate es que la evidencia empírica demuestra lo contrario. Las personas con poca exposición a la bebida tendían a encontrarla desagradable, tal y como quedó registrado por el aventurero milanés Girolamo Benzoni, quien probó el chocolate en Nicaragua a mediados del siglo XVI, y escribió que “parecía más una bebida para cerdos que para seres humanos. Estuve en este país por más de un año y nunca la quise probar” (Benzoni, 1565, fol. 102).<sup>24</sup> De la misma manera, el jesuita José de Acosta menosprecia el chocolate afirmando que aquellos que no han crecido consumiéndolo “les hace asco”, y compara la capa de espuma en la superficie de la bebida con heces.<sup>25</sup> Aunque los poderosos compuestos químicos del cacao pueden explicar parcialmente su perdurable atracción, claramente no dan cuenta del porqué se comenzó a consumir chocolate ni de las maneras particulares en que éste ha sido utilizado.

Los historiadores que se han ocupado del tema del chocolate en general han evitado las explicaciones biológicas y utilizan suposiciones cultural-funcionalistas para

23 Acerca de la insuficiencia de las explicaciones biológicas para dar cuenta del triunfo de la sacarosa, ver Mintz (1985, pp. 5-6) y Goodman (1995, p. 127). Pueden existir parámetros “universales” dentro de los cuales se desarrolla un gusto contingente. Por ejemplo, las personas por lo general evitan venenos letales, y varios estudios han mostrado con certeza que los bebés responden inmediatamente al azúcar. Sin embargo, dentro de estos parámetros hay muchos elementos en el gusto que son culturalmente específicos.

24 Citado en Coe (1984, p. 109).

25 De Acosta (1590, fols. 163r-164v). Diego Durán cuenta que el chocolate no les produjo una buena impresión a Cortés y sus hombres la primera vez que les fue ofrecido y que, por lo tanto, éstos se negaron a tomarlo (Garibay K., 1967, volumen 2, pp. 509-510).

explicar su asimilación a los hábitos alimenticios europeos. Dichos historiadores asumen que los europeos se apropiaron de la bebida indígena en sus propios términos, que encontraron “analogías” entre el chocolate y categorías de bebidas existentes; que el chocolate encajaba dentro del *ethos* de la sociedad cortesana “decadente”; que sus efectos estimulantes eran apropiados para las necesidades de una burguesía en ascenso; o que jugaron con la receta hasta que la preparación fue satisfactoria para su paladar, y que cobijaron la bebida bajo un paradigma médico familiar, para ocultar sus orígenes exóticos. Eric Wolf fue uno de los primeros en proponer la hipótesis de que las mercancías americanas importadas generaron un estímulo para el capitalismo global al vigorizar tanto el comercio transatlántico como a los trabajadores: “Entre la cantidad de productos destinados al consumo en las áreas que se encontraban en proceso de industrialización, algunos claramente no son alimentos básicos o productos industriales, sino más bien estimulantes... apreciados debido a que proporcionaban energía rápidamente en un período en el cual al cuerpo humano se le exigía un desempeño más intenso y prolongado” (Wolf, 1982, p. 322). Igualmente, Sidney Mintz argumenta que tales bebidas, junto con el azúcar, ayudaron a impulsar la industrialización, pues daban a las clases trabajadoras “estímulos para hacer esfuerzos más grandes” (Mintz, 1985, p. 186). Wolfgang Schivelbusch desarrolló una hipótesis similar, contraponiendo el café y el chocolate, aparentemente ignorando que este último tuvo una aceptación más temprana. Schivelbusch vio en el café la manifestación líquida de la ética protestante que subyacía a la modernización económica del norte de Europa, mientras que el chocolate era la poción que se ajustaba al *ethos* decadente y aristocrático de los poderes en declive de Europa del sur (Schivelbusch, 1992, pp. 34, 38-39, 87-93).

Una afirmación significativa desde el punto de vista de la tendencia cultural-funcionalista es que inicialmente el chocolate les pareció repugnante a los europeos, así que fueron acomodando la receta hasta que se adecuó a la sensibilidad de su paladar, sobre todo por medio de endulzantes y eliminando aditivos extraños y con frecuencia picantes. De acuerdo con las autoridades en el tema, Sophie D. Coe y Michael D. Coe,

Para cruzar la barrera etnocéntrica del gusto y ser aceptado como una bebida normal por parte de los españoles y criollos, la bebida fría, amarga, y normalmente no endulzada tuvo que atravesar un proceso de hibridación. La primera transmutación consistió en que los blancos insistieron en tomar el chocolate

caliente, en cambio de tomarlo frío o a temperatura ambiente, como era costumbre entre los aztecas... En segundo lugar, empezaron a endulzarlo con caña de azúcar. En tercer lugar, sabores nativos como la "orejuela" y los chiles (que en cualquier caso jamás habrían podido ser populares entre los invasores) empezaron a ser reemplazados por especias más familiares para los invasores, como la canela, la semilla de anís y la pimienta negra (Coe y Coe, 1996, pp. 112-115).<sup>26</sup>

Haciendo eco al autor del siglo XVIII citado en el epígrafe de este texto, estos autores y muchas otras autoridades modernas en el tema, sin lugar a dudas influenciados también por las preparaciones contemporáneas del chocolate que aparentemente tienen poco parecido con el líquido picante que les gustaba a los consumidores precolombinos (y a los primeros consumidores europeos), asumen que la evolución del chocolate estuvo marcada por una ruptura radical iniciada por consumidores coloniales exigentes.<sup>27</sup> De acuerdo con este punto de vista, los invasores no sólo transformaron la base material del chocolate, sino que también lo envolvieron en un nuevo manto ideológico. "Los españoles le arrebataron el significado espiritual que tenía para los mesoamericanos", afirman los Coe; "para el invasor [español] era una droga, una medicina en el contexto del sistema humoral al que todos estaban adscritos" (Coe y Coe, 1996, p. 126).<sup>28</sup> Los europeos que intentaban fijar estas sustancias en un esquema clasificatorio invocaban el contexto médico humoral de Galeno, que era más familiar para ellos. Muchos autores asumen que el éxito temprano del chocolate, así como el de otras bebidas estimulantes, se debió a que inicialmente fue aceptado como una medicina, y que sólo más adelante empezó a ser apreciado como un objeto recreativo y de placer.

Estos recuentos son muy enriquecedores, pero no *explican* cómo fue que el chocolate se afianzó entre los consumidores europeos en América y, posteriormente, en Europa. En el pasado, los estudios coloniales sobre la apropiación colonial se han concentrado en empresas de recolección formal y prácticas científicas sistemáti-

cas, pero no han prestado atención a otros escenarios de transmisión material. En el caso del chocolate, existen varios vectores fundamentales de transmisión cultural: las redes sociales que surgieron en los contextos coloniales e imperiales, las relaciones informales y formales que emergieron entre los misioneros europeos y los súbditos indígenas, entre los conquistadores y los indios tributarios, entre compradores y vendedores en los mercados, y las relaciones entre el clero y los mercaderes que se movían frecuente y fácilmente entre España y sus colonias americanas. Durante la historia temprana del consumo de chocolate entre los europeos, la transmisión del gusto no comenzó en la parte superior de la estructura social, moviéndose luego hacia abajo. Fluyó, en cambio, en la dirección contraria: del colonizado hacia el colonizador, del "bárbaro" hacia el "civilizado", del "criollo" degenerado hacia el español de la metrópoli, de los pequeños y medianos nobles y burgueses hacia la realeza. El gusto europeo por el chocolate surgió como un accidente contingente del imperio.

A partir de este recuento revisionista de la difusión del chocolate hacia los europeos surge una manera alternativa de entender el gusto que no está sobredeterminada por la biología ni por la ideología, sino que más bien es autónoma y contingente. Según los estudios de los cultural-funcionalistas, la historia del chocolate revela las debilidades de un determinismo ambiental que no tiene en cuenta el contexto social en el que los recursos, alimentos y microbios atravesaron culturas.<sup>29</sup> De otro lado, coincide con la tradición "biológica" platónico-kantiana de concebir al gusto como una fuerza autónoma, no como una manifestación que depende de la ideología, de la mentalidad, del *ethos* o de la identidad social.<sup>30</sup> Las condiciones sociales pueden afectar accidentalmente al cuerpo de maneras que tienen consecuencias de largo alcance. En el caso que aquí nos ocupa, los métodos de colonización españoles y la organización imperial llevaron a los europeos en las colonias y la metrópoli a internalizar la estética mesoamericana, lo cual a su vez originó la demanda del Viejo Mundo de bebidas estimulantes.

26 Ver también Alden (1976, p. 105).

27 Una excepción dentro de esta corriente se puede encontrar en el trabajo de Ross W. Jamieson (2001), quien afirma que la adquisición europea de bebidas cafeinadas dependió de una "historia dinámica de interacción entre culturas que lucharon en una relación compleja con el creciente poder europeo" y que "Todas las bebidas cafeinadas llegaron a Europa inmersas en las prácticas culturales de los no europeos que las utilizaban" (Jamieson, 2001, p. 287).

28 Ver también Goodman (1995, p. 132); Alberro (1992a, pp. 76-77).

29 Para ejemplos excelentes de historia ambiental que ponen de relieve la relación dialéctica entre ambiente y cultura, ver Cronon (1983) y Cronon (1991).

30 La historia del chocolate también muestra la manera en que las historias coloniales padecen de un énfasis exagerado en el "determinismo del discurso", a costa de la incorporación (*embodiment*) o de la "experiencia encarnada" en encuentros e intercambios coloniales; ver Meskell y Joyce (2003). La noción de *habitus* desarrollada por Pierre Bourdieu también me ha sido útil para reflexionar acerca del rol del cuerpo en la historia; ver Bourdieu (1990).



## BREVE HISTORIA DEL CHOCOLATE PRECOLOMBINO

En la época en que los españoles aparecieron en escena a comienzos del siglo XVI, el uso del cacao en bebidas era un rasgo unificador de comunidades lingüística y geográficamente diversas a lo largo de Mesoamérica, e incluso tal vez más allá de sus fronteras.<sup>31</sup> Dado que el árbol de cacao florece sobre todo en climas de tierras bajas tropicales, muchos consumidores precolombinos tuvieron acceso al cacao sólo a través del comercio a larga distancia. Los mexicas (aztecas), quienes dominaban buena parte de Mesoamérica a la llegada de los españoles, obtenían su cacao a través de tributos (casi la mitad provenía de cultivos en Soconusco, en la costa pacífica sur de Chiapas), así como del comercio voluntario a larga distancia.<sup>32</sup>

A pesar de estar separadas por distintas lenguas, viejas enemistades y grandes extensiones geográficas, las comunidades mesoamericanas tenían un interés común (incluso, se podría hablar de una obsesión) en el cacao y el chocolate. El que los granos de cacao hicieran las veces de moneda a través de la región resalta su aceptación en toda Mesoamérica. Desde Nicaragua hasta el noroeste de México había un parecido fundamental entre los modos de consumo, los contextos rituales y las resonancias simbólicas del chocolate. En todas partes, la preparación predominante del cacao era consumida en forma de bebida, a veces caliente, a veces fría, mezclada o no con maíz, y con frecuencia endulzada con miel y condimentada con chiles, vainilla y otras plantas aromáticas. El punto de partida para todas estas preparaciones era el mismo: los “granos” o las “habas” de cacao (las semillas dentro de la pulpa de la fruta de cacao) eran secadas y fermentadas para aumentar sus cualidades “aceitosas y mantecosas”. Posteriormente, las pepas

31 Mesoamérica es el área geográfica cubierta por el área maya de Centroamérica y el sureste de México, la zona de Oaxaca, la zona del Golfo entre Veracruz y Tabasco, el oeste de México, y las tierras altas centrales. Paul Kirchhoff clasificó al cacao como uno de los rasgos unificadores de esta región; entre estos rasgos unificadores también se encuentran la coa (almocafre para plantar); el cultivo de maíz y su preparación con cal; el papel; el sacrificio ritual humano con fines religiosos (Kirchhoff, 1943). Sobre los orígenes y el desarrollo del cacao y el chocolate antes de la llegada de Colón, ver: Young (1994, pp. 5-18); Coe y Coe (1996); (Dakin y Wichmann (2000); Henderson y Joyce (en prensa).

32 “Mexicas” se refiere a los indios que tenían por lengua el náhuatl y que estaban asentados en Tenochtitlán, y a los cuales los españoles se referían como aztecas. Utilizaré los términos “aztecas” y “nahuas” de manera más o menos intercambiable, y “mexicas”, para referirme al grupo de Tenochtitlán que estaba afiliado tribalmente. Sobre el cultivo precolombino del cacao, ver Bergmann (1969); Millon (1955, pp. 107-127); MacLeod (1973, pp. 69-70).

eran tostadas hasta que pasaban de color café a negro, se descascaraban, y finalmente se molían entre dos piedras (una de las cuales era calentada por un fuego en la base) conocidas como *metate*. (La producción de chocolate todavía atraviesa por un proceso similar). La pasta resultante era perecedera y se echaba a perder después de una semana, aunque si se le daba la forma de tabletas endurecidas podía durar hasta dos años.<sup>33</sup> La bebida se hacía disolviendo la pasta de cacao en agua y agregándole varias adiciones (maíz, especias, miel).

Diccionarios del siglo XVI de las regiones zapoteca, nahua y maya tienen distintos nombres para las bebidas derivadas del cacao, pero todos tienen entradas para “Bebida de cacao con mayz”, “Bebida de cacao con axi”, “Bebida de cacao solo” y “Bebida de cacao con flores secas y molidas”. Los hablantes de náhuatl llamaban *atexli* a la bebida hecha de agua, cacao y maíz, preparada fría y algunas veces enriquecida con las especias descritas más abajo. El *tzone* era preparado con partes iguales de maíz tostado y cacao y “servía como alimento refrescante y no como medicina”. El *chilcacautl* era una bebida compuesta de cacao y chiles. Finalmente, el *xochiaya cacautl* era una bebida de cacao, agua y especias florales, que fue descrita por el gran etnógrafo franciscano Bernardino de Sahagún como “chocolate con miel hecho con flores secas molidas”. Esta preparación del cacao fue la que predominó entre los criollos y, más adelante, entre los españoles en el Viejo Mundo.<sup>34</sup>

Las “flores secas molidas” eran *xochinacatzli* (también conocido como *gueynacatzli*, *mecaxóchitl* y *tlixochitl*). *Xochinacatzli* probablemente hace referencia al pétalo grueso en forma de oreja de las flores *Cymbopetalum penduliflorm*, un árbol de la familia de las anonáceas que crece en los bosques tropicales de Veracruz, Oaxa-

33 Juan de Cárdenas, médico criollizado, describió con detalle la preparación del cacao y el chocolate (Cárdenas, 1988 [1591], pp. 136-137, 144-145). En 1636, Antonio de León Pinelo hizo una descripción muy parecida, teniendo en mente una audiencia europea (De León Pinelo, 1636, fol. 5v).

34 Molina (1944 [1571], volumen 1, 19v; volumen 2: 10v). El diccionario zapoteca-español incluye las siguientes entradas para “cacao”: “una fruta como los piñones que es consumida como bebida” (*pizòya*), “una bebida de éstas hecha con agua” (*niçapizòya*), “cacao de esta manera con chiles” (*niçapizòya quiña*), “cacao de esta manera con ciertas cosas con fragancia” (*niçapizòyachina*) y “cacao hecho de esta manera para tomar alto [esto es, con espuma]” (*tocaniçapizòyachina*) (Córdoba, 1942 [1578], 64v). Francisco Hernández realizó varias entrevistas con autoridades indígenas y describió la preparación de varias bebidas con cacao por encargo de Felipe II, quien le ordenó hacer una investigación sobre la “materia médica” de la Nueva España (Hernández, 1959, volumen 1, pp. 303-305, 100). Bernardino de Sahagún (1950, volumen 8, pp. 13, 39). Acerca de preparaciones mayas similares, ver Coe y Coe (1996, pp. 63-64).

ca y Chiapas. Su sabor ha sido descrito como similar al de la pimienta negra con “un toque de amargura resinosa”, y se le ha comparado con la nuez moscada, la pimienta de jamaica y la canela. *Mecaxóchitl* son pequeñas flores (probablemente *Piper sanctus* y relacionadas con la pimienta negra) con un matiz picante y floral que recuerda al anís. *Tlixochitl* es nuestra vainilla (*Vanilla planiflora*) (Coe y Coe, 1996, pp. 89-91). Esta constelación de especias florales tiene un linaje antiguo, presente en textos cosmológicos y sagrados mayas del *Popul Vuh* (Gillespie y De MacVean, 2002). Los chiles añadían un picante adicional a varias preparaciones. El achiote (*Bixa orellana*) teñía la bebida de rojo y le daba un sabor ligeramente almizclado (comparado a veces con la paprika y el azafrán). Por último, la miel era utilizada para endulzar varias bebidas de cacao. El chocolate mesoamericano con frecuencia tenía espuma en la superficie, producida al verter el líquido de un contenedor a otro desde “cierta altura hasta que producía espuma, y las partes grasosas, con una cualidad aceitosa, subían a la superficie” (ver las figuras 1 y 2). Finalmente, el chocolate se bebía en vasijas fabricadas para ese propósito. Durante la era prehispánica, calabazas y cerámicas lacadas y finamente pintadas eran fabricadas exclusivamente para el chocolate (algunas tenían diseños, otras estaban coloreadas en un tono “ahumado”). Conocidas en náhuatl como *tecomatl* (en el caso de las copas de cerámica) y *xicalli* (para las de calabaza), estas vasijas hacían parte de los ítems que Moctezuma exigía como tributo (ver la figura 3).<sup>35</sup> Los mesoamericanos también apreciaban al chocolate por sus efectos psicológicos: “cuando una cantidad normal es consumida, lo alegra a uno, lo refresca a uno, lo consuela a uno, lo vigoriza a uno”.<sup>36</sup> Tomar chocolate

era una experiencia somática compleja para los indios precolombinos y coloniales. El énfasis en las especias florales, la espuma, las vasijas especiales para tomarlo, y el tono rojizo de rigor, muestra que el chocolate era valorado no sólo por su efecto en las papilas gustativas, sino también por la manera en que estimulaba el olfato, el tacto, la vista y el estado emocional.



Figura 1. *Códice Tudela*, fol. 3r. Tomada de un manuscrito pintado en Nueva España alrededor de 1553, esta imagen representa una mujer nahua de alto rango social (ver su fina capa), vertiendo chocolate desde cierta altura para producir espuma. Una representación similar de este mismo proceso aparece en una pieza cerámica del período clásico tardo (A.D. 600-900) utilizada por los mayas para servir el chocolate. 21 x 15.5 cm. Tinta sobre papel de fibra vegetal. Reproducida por cortesía del Museo de América, Madrid, España.

35 Sobre el achiote, ver Hernández (1959, volumen 1, pp. 27-28); sobre los endulzantes, ver *The Florentine Codex* (1950, volumen 8, lib. 13, p. 39) y más abajo; sobre la espuma, ver Hernández (1959, volumen 1, p. 305); *The Florentine Codex* (1950, volumen 10, lib. 26, p. 93). La importancia de la espuma en el chocolate también queda sugerida por el hecho de que los informantes de Sahagún incluyeron los molinillos en la lista de la parafernalia del chocolate de los gobernantes (*The Florentine Codex*, volumen 8, lib. 13, p. 40; volumen 9, lib. 6, p. 27); Bernal Díaz del Castillo (1964, cap. 91, pp. 155-156). Un jarrón maya del período clásico tardo (600-900 A.D.) ilustra el proceso de producir espuma, por medio de la figura de una mujer que vierte el líquido de una vasija a otra (Coe y Coe, 1996, p. 52). Sobre las vasijas para tomar chocolate, ver Berdan y Rieff Anawalt (1997, 47r, 68r, “Comentario”, 1: p. 219); Molina (1944 [1571], 93r, 158v); *The Florentine Codex* (1950, volumen 9, lib. 7, p. 35; volumen 9, lib. 6, p. 28). El *Códice Florentino* también menciona vendedores que se especializaban en diferentes tipos de calabazas, incluidas las que se utilizaban para tomar chocolate (*The Florentine Codex*, 1950, volumen 10, lib. 21, p. 78).

36 *The Florentine Codex* (1950, volumen 11, pp. 116, 119). Ver también Hernández (1959, volumen 1, p. 305).

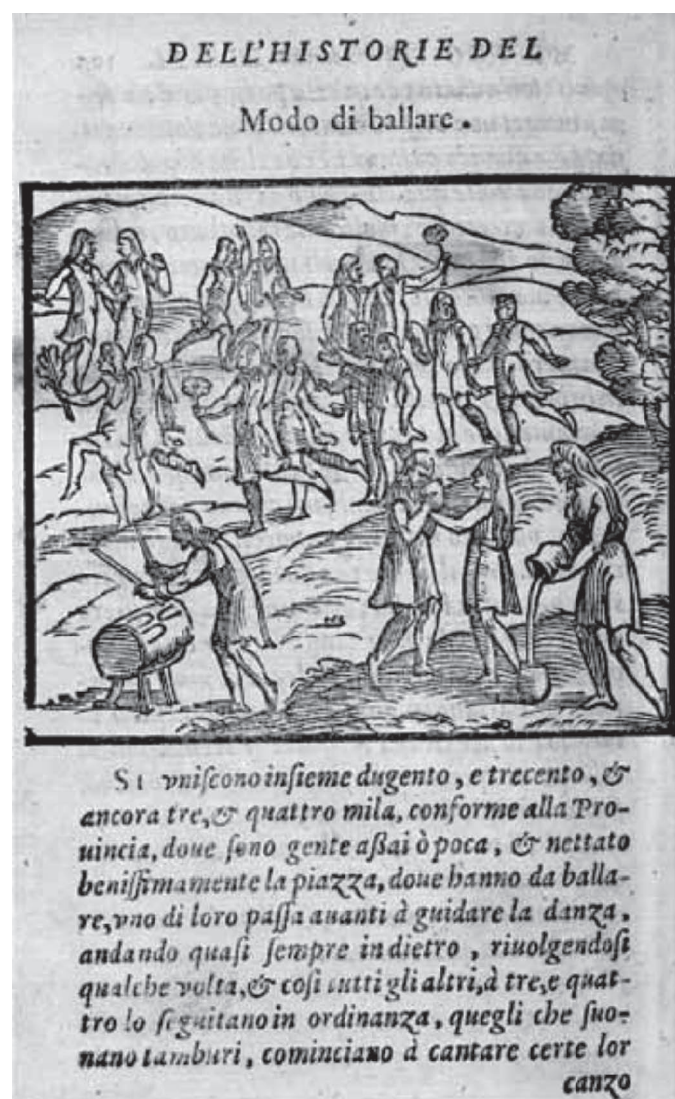


Figura 2. Girolamo Benzoni, *La Historia del Mondo Nuovo* (Venice, 1572, fol. 104v.). Este grabado, que también aparece en la edición de 1565, representa a indígenas mayas en medio de un festejo. A pesar del desprecio de Benzoni, el chocolate era esencial para mantener a los participantes mesoamericanos despiertos durante las fiestas nocturnas. En la esquina inferior derecha, una figura le saca espuma al chocolate. Shelfmark: xE141.B42. Reproducida por cortesía de la Bancroft Library, Universidad de California, Berkeley.

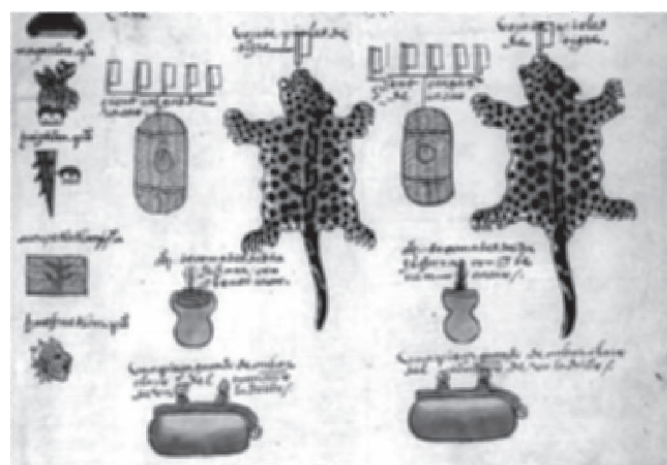


Figura 3. *Códice Mendoza*, fol. 47r. Aunque este manuscrito fue encargado y compilado alrededor de los años 1541-1542, se piensa que las listas de tributos que incluye está basada en prototipos prehispánicos. Las cargas de cacao y las vasijas para tomar chocolate se encontraban entre las cosas que un gobernante azteca exigía de los súbditos que debían pagar tributos. Tinta en papel europeo. Shelfmsrk: MS.Arch.seld.A.1. Reproducida con permiso de la Bodleian Library, Universidad de Oxford, Inglaterra.

### CONSECUENCIAS INESPERADAS DEL IMPERIO

No fue sino hasta 1519, cuando Cortés comenzó la marcha sobre México que culminaría en la caída del imperio azteca, que el ambiente estuvo listo para que los europeos fueran educados en el consumo del chocolate y, finalmente, para que adoptaran la bebida. Pocos años después de la caída de Tenochtitlán, en 1521, el control militar español se congregó en el centro de México.<sup>37</sup> Las políticas coloniales insistieron en continuar con el cultivo, comercio y consumo de cacao, pues la capacidad inmediata de los gobernantes españoles para producir utilidades a partir de la conquista dependía de la usurpación y el mantenimiento del sistema de tributos organizado por los gobernantes aztecas. La catástrofe demográfica indígena y la presión española para la sobreexplotación agrícola condu-

37 El primer registro de contacto europeo con el cacao procede de 1502, durante el cuarto viaje de Colón, cuando su tripulación capturó a una embarcación comercial maya en la costa de Honduras y descubrió entre su cargamento granos de cacao. Fernando Colón, hijo de Cristóbal, posteriormente describió al cacao como "almendras" que en Nueva España se utilizan como monedas; citado en Coe y Coe (1996, p. 107). No hay nada que haga suponer que los exploradores españoles sabían acerca del uso del cacao en la preparación de bebidas.

ieron al declive de las regiones prehispánicas tradicionales de producción de cacao en el sur de México (Tabasco y Soconusco), y al desarrollo de nuevas regiones para el cultivo o la intensificación de la producción de cacao en la región de Sonsonate en Guatemala y El Salvador.<sup>38</sup> A pesar de que las políticas y la avaricia españolas transformaron la geografía del cultivo de cacao, el cultivo mismo floreció bajo el régimen colonial (lo cual ciertamente no ocurrió con los productores indígenas). En el siglo XVI, la política española promovía (o más bien exigía) que los Indios tributarios aumentaran la producción de cacao; el cacao había sido objeto de tributo bajo el gobierno azteca, y los nuevos señores imperiales, los españoles, vieron que podían asegurar el incremento de su riqueza vendiendo este producto a los consumidores indígenas.

Teniendo en cuenta que la evidencia existente sugiere que los primeros encuentros de los europeos con el chocolate fueron abrumadoramente negativos, ¿cómo es que esta bebida mesoamericana cautivó a los europeos en las Indias, España y más allá? El éxito del chocolate en España se debe a la organización social del Imperio español. Los españoles en el Nuevo Mundo absorbieron muchos elementos de las prácticas materiales relacionadas con el chocolate precolombino. A pesar de su posición en la cima de la jerarquía social, los colonizadores del siglo XVI en México estaban inmersos en un entorno cultural indio y eran susceptibles a la aculturación nativa.<sup>39</sup> Incluso teniendo en cuenta la mortalidad catastrófica de los indios, debido a la introducción de agentes patógenos del Viejo Mundo y a la creciente emigración europea, los españoles seguían siendo una pequeña minoría aún en las áreas donde más se asentaron.<sup>40</sup> En el caso de la ciudad de México, por ejemplo, a mediados del siglo XVI había muchos más indios que españoles, y los descendientes de

africanos casi igualaban en número a estos últimos: los españoles y sus descendientes “puros” representaban tan sólo el 5% de la población de esa ciudad en 1570, y sólo el 10% para mediados del siglo XVII.<sup>41</sup>

Los españoles aprendieron a apreciar el chocolate, debido a su continua dependencia material de los indios. Los espacios coloniales de dependencia incluían hogares en los que las mujeres trabajaban como esposas, concubinas y sirvientas. Los contactos entre culturas (algunos voluntarios, otros forzados) abundaron en lugares privados. A comienzos del siglo XVI, la fuerte escasez de mujeres españolas<sup>42</sup> y una estrategia consciente y explícita de apropiación a través del matrimonio llevaron a la realización de muchos matrimonios, así como de uniones domésticas menos formales entre indias y europeos (Carrasco, 1997, p. 88).<sup>43</sup> Desde hace tiempo, los historiadores han llamado la atención sobre el rol de las esposas indias en la aculturación de los hombres españoles en prácticas alimentarias y domésticas indígenas, y en la creación de hogares culturalmente mestizos.<sup>44</sup> El papel de las mujeres como intermediarias culturales en el caso del chocolate es especialmente notable, ya que varias fuentes revelan que eran ellas las encargadas de su preparación en Mesoamérica antes de la llegada de Colón y durante la Colonia (ver las figuras 1 y 2).<sup>45</sup> Si bien los españoles deja-

41 Alberro (1992a, p. 55); Altman (1989, p. 325); Cope (1994, pp. 13-22); Palmer (1979).

42 El número de emigrantes en la segunda mitad del siglo XVI no sólo se incrementó drásticamente, también hubo un cambio en su composición social, en comparación con los primeros años en los que el elemento social predominante eran hombres solos que deseaban ser conquistadores. En la segunda mitad del siglo, una proporción mayor eran mujeres, y entre los hombres había más mercaderes, artesanos, burócratas laicos o eclesiásticos, y sus sirvientes (estos últimos representan más de la mitad de los emigrantes hombres entre los años 1595 y 1598). Las mujeres constituían menos del 7% de los emigrantes antes de 1540, y más del 25% en el período posterior a 1560. Estas cifras se refieren a la migración española hacia las Indias en general, pero parece obvio que servirían para caracterizar la migración hacia Nueva España en particular, ya que ésta era una importante región de asentamiento para los europeos y, por lo tanto, necesitaba administradores y esposas (Boyd-Bowman, 1976, pp. 583-594, 599). Pedro Carrasco ha estimado que de los 65 hombres casados en Puebla en 1534, 20 tenían esposas indígenas. Aunque entre los 65 hombres hay conquistadores e inmigrantes que llegaron posteriormente, era más probable que estos últimos (de menor rango social) se casaran con mujeres indígenas, en comparación con los conquistadores, quienes, sin embargo, tienen una representación estadísticamente significativa en términos de uniones interculturales.

43 Estas uniones interculturales seguían ocurriendo a pesar de que el matrimonio con españolas era la opción socialmente más apreciada por los hombres españoles.

44 Parry (1990, p. 123); Coe y Coe (1996, pp. 110-111); Alberro (1992a, pp. 71-73).

45 Díaz del Castillo y Sahagún dejaron muy en claro que eran las mujeres las que preparaban y servían el chocolate en los tradicionales banquetes aztecas. Ver Coe (1984, pp. 75, 78, 103); Valadés (1579, pp. 172-173).

38 Para finales del siglo XVI, Guatemala se había convertido en el primer productor de cacao. Sin embargo, después de que la explotación española agotó el suministro de mano de obra y la delicada ecología de la región, la producción se trasladó hacia el sur, a la región de Guayaquil en Ecuador y el área alrededor de Caracas en Venezuela, y sobrecompensó (y terminó contribuyendo a) la caída en Guatemala. En términos netos, la producción total de cacao continuó creciendo en el siglo XVII en Guatemala. Alden (1976, pp. 105-106); MacLeod (1973, pp. 68-94, 235-252); Arcila Farías (1950); Gibson (1964, pp. 335, 348-349).

39 Alberro (1992a) examina este proceso de aculturación de manera general. Para una perspectiva arqueológica sobre la aculturación de los europeos a hábitos alimenticios nativos, ver Rodríguez Alegría (2005).

40 Tal vez 1.500.000 personas vivían en el Valle en el momento de la conquista; en 1570, la población india ya había descendido a 350.000, y continuó disminuyendo hasta la mitad del siglo XVII, de acuerdo con Gibson (1964, p. 141). Alrededor de 8.000 españoles llegaron a Nueva España antes de 1560, y aproximadamente otros 8.000 habían llegado para 1580, de acuerdo con Boyd-Bowman (1976, p. 601).

ron de casarse con mujeres indias (aunque algunos plebeyos lo continuaron haciendo) una vez se incrementó el número de mujeres españolas con la inmigración, las mujeres indias continuaron dominando la esfera doméstica (Alberro, 1992a, p. 72). En Yucatán, por ejemplo, las sirvientas domésticas mayas crearon un entorno culturalmente indígena para los criollos: “Los niños criollos pasan su infancia, literalmente desde su nacimiento y niñez temprana, en compañía casi exclusiva de mujeres mayas”, afirma Nancy Farriss, “amamantados por nodrizas mayas traídas a la fuerza de las aldeas, criados por niñeras mayas y rodeados de sirvientas mayas” (Farriss, 1984, p. 112).

Las aldeas indias eran otro lugar en el cual los colonizadores se convirtieron inadvertidamente en estudiantes de maestros nativos. Estos enclaves indígenas, los cuales fueron conservados como unidades políticas por el régimen colonial español, eran constantemente penetrados por personas que no eran indígenas: los encomenderos y corregidores, acompañados de sus criados y sirvientas, llegaban a las aldeas a recolectar tributos y a exigir trabajadores para sus empresas agrícolas y de construcción, mientras que los frailes, clérigos y sus asistentes construían iglesias y conventos en y cerca de los pueblos, para extender su fe y hacer cumplir la ortodoxia (Gibson, 1964). Durante sus visitas, los españoles continuaban su aprendizaje del consumo de chocolate y de otros aspectos de la cultura mesoamericana. Los tributarios y parroquianos, fieles a una tradición prehispánica, recibían a los señores y sacerdotes españoles con chocolate. Toribio de Benavente (cuyo apodo en náhuatl era Motolinía), uno de los doce frailes franciscanos que iniciaron las tareas de evangelización en Nueva España, describió el recibimiento del que él y otros misioneros eran objeto en aldeas indias:

[Los frailes] visitaban y bautizaban en un día tres y cuatro pueblos, y hacían el oficio muchas veces a el día tres y cuatro pueblos, y hacían el oficio muchas veces les daban cacao, que es una bebida que en esta tierra se usa mucho, en especial en tiempo de calor. Este acatamiento recibimiento que hacen los a los frailes vino de mandarlo el señor marqués del valle don Hernando Cortés a los indios; porque desde el principio les mandó que tuviesen mucha reverencia y acatamiento a los sacerdotes, como ellos solían tener a los ministros de sus ídolos. Y también hacían entonces recibimientos a los españoles (De Benavente, 2001, p. 131).

Este pasaje muestra cómo la dirección de la influencia cultural era independiente de la de la dinámica de poder. A pesar de —o gracias a— las relaciones coloniales de

subordinación, las prácticas culturales de los indios se filtraron en el entorno de los colonizadores. Los indios siguieron recibiendo a frailes y colonizadores de esta manera durante el siglo XVII (Gage, 1648, p. 25).

Otro escenario de primeros encuentros con el chocolate fue el mercado, una institución india. Las listas de bienes vendidos en los mercados de Ciudad de México, Tlaxcala y Coyoacán recopiladas a mediados del siglo XVI incluyen cacao, chocolate, y los recipientes de calabaza utilizados para tomar chocolate (Lockhart, 1993, p. 187; Gibson, 1964, pp. 353, 356). Un español que visitó Nueva España durante la década de 1570 veía estos mercados como un espacio claramente indio, en el cual, sin embargo, los europeos y otras personas no indígenas se podían mover libremente, y en el que, además, se podía conseguir chocolate:

“En todos los barrios hay una plaza anexa en la cual cada quinto día o con mas frecuencia, se celebran mercados... no solo en la ciudad de México, sino también en las otras ciudades y poblados de la Nueva España... No pueden ser enumerados los géneros de frutas indígenas o de nuestro país, secas y frescas que allí se venden, y la que es tenida en mayor aprecio que las demás es el *cacaotl* [cacao]” (Hernández, 1945, pp. 80, 82).

Otro español, el médico y escritor Bartolomé Marradón, quien visitó México algunos años después, tenía una percepción menos optimista de esas transacciones (Marradón, 1685 [1618]):<sup>46</sup>

El uso de chocolate es tan familiar y frecuente entre todos los indios que no hay un espacio en el mercado en el que no haya una mujer negra o india con su tía, su *Apstlet* (que es una vasija de arcilla), y su molinillo (que es como un palo parecido a las agujas que se usan en España para hilar), y sus recipientes para recolectar y enfriar la espuma [del chocolate]. Estas mujeres primero ponen una parte de la pasta o un cuadrado de chocolate en el agua y los disuelven, y después de retirar una parte de esta espuma... la distribuyen en vasijas llamadas *Tecomates*... Después las mujeres lo reparten entre los indios o a españoles que las rodean. Los indios son grandes impostores, pues les dan a sus plantas nombres indios, lo cual les da buena reputación [a las plantas]. Podemos decir eso del chocolate vendido en los mercados y los puestos (Marradón, 1685 [1618], pp. 431-433).

<sup>46</sup> Debido a que no pude consultar el único ejemplar conocido (el cual se encuentra en el Vaticano), utilicé la traducción francesa.

Marradón describe con ansiedad el mercado como un punto de encuentro entre culturas, en el que el orden normativo queda en entredicho. Las mujeres, en particular las indias y las negras, eran las proveedoras de un conocimiento deseable y de sustancias comestibles y potables, y los españoles eran los interesados y los compradores.<sup>47</sup>

A medida que la composición demográfica y social de la sociedad colonial se transformaba a lo largo del siglo XVI, los espacios criollos y mestizos adquirieron un rol importante en la socialización del chocolate. Las iglesias funcionaban como nodos de transmisión, pues en ellas las personas de ambos lados del Atlántico se encontraban, socializaban y compartían experiencias. La narración de Thomas Gage, un joven novicio de la orden dominica que viajó a México atraído por los relatos de riqueza fácil, muestra cómo los rituales de hospitalidad podían conducir a la iniciación en el consumo de chocolate. Gage recuerda cómo, después de desembarcar en Veracruz, los novicios dominicos participaron en una procesión a la catedral, y después su supervisor “nos atendió muy amablemente con confituras, y con una copa de una bebida india llamada chocolate” (Gage, 1648, p. 23). Un pasaje autobiográfico en el *Curioso tratado de la naturaleza y calidad del chocolate* (1631) del médico Antonio Colmenero de Ledesma permite examinar la transmisión cultural en otro espacio criollo. Colmenero de Ledesma cuenta que su iniciación en el consumo de chocolate ocurrió cuando “llegando acalorado [a las Indias], visitando gente enferma y pidiendo un poco de agua para refresco [de él], fue incitado [en cambio] “a tomar una jícara [totuma] de chocolate... que sació [su] sed” (Colmenero de Ledesma, 1631, fols. 6r, 6v). Al llegar a América, los europeos se integraron a unas redes sociales (organizadas alrededor de las familias, la ocupación o las órdenes religiosas) que ejercían considerable presión para que se amoldaran a las costumbres locales.

Teniendo en cuenta que no había nada intrínsecamente atractivo en el chocolate, ¿cómo se desarrolló un gusto por esta bebida en Europa? El proceso tomó tiempo. El chocolate no tuvo una presencia significativa en España sino hasta los últimos años del siglo XVI, y su consumo se afianzó en Sevilla tan sólo en las primeras décadas del siglo XVII.<sup>48</sup> Antes de esto, pequeñas cantidades de chocolate llegaban a España con poca frecuencia y de manera

errática. Por ejemplo, un encomendero explotador ordenó a sus súbditos que prepararan mil libras de “granos de cacao molido para beber”, para su viaje a España en 1531 (Anón, 1944, p. 18). Una comitiva de indios llevó chocolate como regalo al príncipe Felipe (futuro rey Felipe II) en 1544 (Coe y Coe, 1996, pp. 130-133). Sin embargo, los comentaristas contemporáneos y los registros de impuestos de importaciones de América muestran que el chocolate no fue una mercancía corriente en el comercio trasatlántico sino hasta la década de 1590.<sup>49</sup> La primera obra sobre el chocolate publicada en España dirigida a un público español se imprimió en 1624 (De Valverde Turices, 1624). Para la década de 1620, miles de libras de cacao y chocolate eran importadas anualmente a España. Venezuela exportó más de 31.000 libras entre 1620 y 1650, y más de siete millones de libras entre 1650 y 1700 (Arcila Farías, 1950, pp. 51-61, 72-73, 106, 143-145).<sup>50</sup>

Una masa crítica de aficionados con experiencia en el Nuevo Mundo se tenía que desarrollar en España antes de que pudiera existir un mercado para la bebida. Una condición necesaria, aunque no suficiente, para que el chocolate llegara a Europa como objeto de consumo era el grado de contacto social entre los españoles de la península y los españoles de las colonias. Se ha estimado que entre el 10 y el 15% de españoles que migraban hacia América regresaban a España.<sup>51</sup> El análisis de una lista de pasajeros revela que dos grupos en particular, clérigos y mercaderes, cruzaban el Atlántico en ambas direcciones con más frecuencia (Jacobs, 1995, p. 160). No es extraño, por lo tanto, que personas pertenecientes a estos grupos hagan parte de la vanguardia de consumidores de chocolate que iniciaron a nuevos consumidores en Europa. Así como en el Nuevo Mundo, las órdenes religiosas

49 De León Pinelo, quien escribe antes de 1636, estima que el chocolate llevaba cuarenta o cincuenta años siendo consumido comúnmente en España (De León Pinelo, 1636, fol. 8v). Alrededor de 1645, Tomás Hurtado afirmó que el chocolate había estado presente en la península Ibérica durante cincuenta años (Hurtado, 1645, fol. 19). Examiné las listas de carga de ocho barcos procedentes de Nueva España entre 1588 y 1591, y sólo un barco registraba un cargamento de chocolate (una caja con no más de cuarenta libras de chocolate en 1591; AGI, CT 4390, 2595). De la listas de carga de veinte barcos procedentes de Nueva España en 1595, encontré cuatro con cargamentos de chocolate, cada uno de más o menos cincuenta libras; AGI, CT 4389.

50 Estas cifras, sin embargo, no reflejan la cantidad total de cacao importado, pues no incluyen el cacao de Nueva España o Guatemala, regiones que seguían siendo productoras vitales hasta la mitad del siglo XVII, así como tampoco el considerable contrabando de cacao; ver Klooster (1995).

51 Ida Altman (1989, p. 248) estima que fue alrededor del 10% (Altman, 1989, p. 248). Revisando manifiestos de barcos, Auke P. Jacobs encontró que entre 1598 y 1621, 944 pasajeros viajaron de Nueva España a Castilla, a partir de lo cual calculó una tasa de “migración de regreso” del 14% (Jacobs, 1995, pp. 150-151). Ver también Lockhart (1976, volumen 2, pp. 791-793).

47 Para otras referencias al cacao y el chocolate que se vendían en los mercados “indios” coloniales, ver Lockhart (1993, p. 187); Gibson (1964, pp. 353, 358-360).

48 Chaunu y Chaunu (1956-1959 [1504-1650], volumen 6, pt. 2, pp. 1043, 2129, 4439, 4440, 4452, 4462).

eran nodos importantes para dicha socialización. Cuando sus representantes (procuradores) asistían a reuniones generales en Europa, se aseguraban de “llevar con ellos grandes riquezas, y regalos para los generales, los papas y cardenales y nobles de España, a manera de sobornos para facilitar cualquier cosa justa o injusta, correcta o incorrecta, que fueran a solicitar”. Entre estos “regalos” se encontraban “una pequeña cuña de oro, una caja de perlas, algunos rubíes o diamantes, un cofre de carmín, o azúcar, con algunas cajas de exótico chocolate, o arreglos de plumas de Michoacán” (Gage, 1648, pp. 7-8). Una demanda de 1634 presentada por un jesuita en Sevilla contra el capitán de un barco por dos contenedores grandes de chocolate que se habían perdido, y que habían sido enviados por la hermandad desde Veracruz, proporciona bastantes detalles acerca de cómo esta orden facilitó la transmisión del consumo de este producto.<sup>52</sup> Parte del cargamento estaba destinada al “procurador general” en Sevilla, y otra parte debía ser enviada al “hermano Antonio Robles de la compañía de JHS que reside en Roma”. De la misma manera, los primeros cargamentos de chocolate y de toda la parafernalia utilizada para tomarlo iban dirigidos a miembros de la élite mercantil de Sevilla. Las cantidades enviadas eran tan pequeñas que es posible suponer que eran para consumo doméstico.<sup>53</sup>

Una vez atravesada la “barrera del gusto”, los consumidores neófitos de chocolate acogieron completamente la bebida tal y como les fue presentada, pues no tenían ninguna manera alternativa de percibirla o pensar sobre ella. El gusto por el chocolate no sólo incluye la apreciación gustativa, también involucra el olfato, la vista y el tacto, además de los sentidos cognoscitivos. Los europeos del Nuevo y el Viejo Mundo aprendieron a que les gustara el chocolate en toda su complejidad mesoamericana, adoptando todo el espectro de bebidas de cacao que los rodeaba. Juan de Cárdenas, un médico nacido en España, trasladado a México y educado allí, alababa preparaciones de chocolate que eran idénticas a las identificadas como bebidas indígenas (Cárdenas, 1988 [1591], pp. 145-146). La aceptación de estas bebidas también se manifestaba

52 AGI, CT 825, No. 8.

53 Entre los compradores ilustres de chocolate entre 1591 y 1602 se encuentran Antonio Armijo, quien fue identificado como “uno de los mercaderes más poderosos de Sevilla durante el final del siglo XVI”; Pedro Mendoza, quien ganó más de cuatro millones de maravedíes en 1596, y que “pues era uno de los mas acaudalados [cargadores de Indias]”; y Cristóbal de Ribera. Ver Sanz (1979, pp. 336, 380, 395). Sus compras de chocolate están registradas en AGI, CT 2595, 4389 y 4412. De nuevo, las pequeñas cantidades (una caja cada uno, las cuales contenían entre veinte y cien libras), comparadas con las grandes cantidades de lingotes y productos para teñir que estaban importando, sugieren consumo doméstico.

en la hispanización de los términos náhuatl (por ejemplo, *atextli* se convirtió en *atole*). Los españoles tradujeron literalmente como “orejuela” los nombres en náhuatl de las especias florales *gueynacaztle* (“gran oreja”, en náhuatl) y *xochinacaztli* (“oreja florida”, en náhuatl). Hispanizaron, además, la palabra *mecaxóchitl*, convirtiéndola en *mecasuchil*, y bautizaron el *tlixochitl* como “vainilla” (“en nuestra romance *vainillas olorosas*”) (Cárdenas, 1988 [1591], pp. 140-142).

Aunque Cárdenas le daba un puesto de honor a la bebida de cacao especiada con flores, también recomendaba otras preparaciones. Cárdenas opinaba que el *atole*, “se gasta y vende por todas estas plaças y calles mexicanas”, era entre todas las bebidas “más fresco de todos y el que más apaga la sed y da más sustento” (Cárdenas, 1988 [1591], p. 146). De acuerdo con la descripción de Cárdenas, los europeos en el Nuevo Mundo elegían la bebida de cacao que más se acomodara a sus necesidades y temperamentos; así, por ejemplo, tomaban *atole* cuando querían algo refrescante y alimenticio, y preferían chocolates más condimentados y potentes en otras ocasiones. Los colonizadores y españoles que visitaban el Nuevo Mundo adoptaron toda la selección de bebidas de cacao preparadas por las mujeres indias en aldeas, mercados y hogares a lo largo del siglo XVI.

Todas estas variaciones también llegaron a España al comienzo del siglo XVII. En los primeros cinco años de difusión del chocolate en Europa (comenzando por España) había poca diferencia entre los tipos de chocolate consumidos por los criollos, los indios y los ibéricos. Una fuente de 1636 afirma que “en esta corte” había “mexicanos” (indios) y “personas de las Indias” (criollos) que tomaban el chocolate de la misma manera en que lo habían hecho en América (con maíz y miel) (De León Pinelo, 1636, 7v). Estos viajeros que llegaban del Nuevo Mundo fueron los primeros en usar el chocolate en el Viejo Mundo, y llevaron su chocolate tal y como era preparado en América.<sup>54</sup> Al comienzo de su difusión, no había suficientes conocimientos técnicos para garantizar el transporte de la materia prima, así que se transportaba el chocolate mismo. No fue sino hasta la década de 1630 que los artesanos de chocolate poblaron Madrid en cantidades detectables (Santamaría Arnáiz, 1986, pp. 712-713). Esta trayectoria demuestra que el chocolate europeo no era tan sólo similar al chocolate americano. *Era* chocolate americano.

54 Por ejemplo, en los registros de impuestos de la flota de 1585 aparecían sólo importaciones de chocolate, no de cacao (AGI, CT 4389). En 1602, los registros de impuestos de la flota muestran seis cajas de chocolate y dos cajas de cacao (AGI, CT 4412).



Figura 4. Antonio Ponce (1608-1677), *Naturaleza muerta con duraznos, pescados, castañas, un plato y una caja de dulces de hojalata, y dos copas mexicanas lacadas*. Hacia el final de la década de 1630 era frecuente en España que las naturalezas muertas representaran accesorios para el chocolate. En este cuadro se hace referencia al chocolate a través de las calabazas lacadas conocidas como *jícaras* y el molinillo utilizado para producir espuma (arriba hacia la izquierda) apoyado sobre un recipiente con cacao molido. La presencia de calabazas y el molinillo demuestra que el chocolate atrajo los sentidos del tacto y la vista de los españoles, tal y como lo había hecho con los mesoamericanos antes que ellos. Reproducida por cortesía de la Galería Caylus, Madrid, España.

Los europeos que habían crecido bebiendo chocolate en el Nuevo Mundo, o que habían estado inmersos en el entorno indio durante un período suficiente, no sólo adquirieron el gusto por el chocolate espeso, también lo consumían de la misma manera en que había sido consumido desde hace tiempo en Mesoamérica. Los españoles igualmente asimilaron la constelación del cacao en su totalidad, y trataron de mantener, incluso del otro lado del océano, las sensaciones sensoriales que acompañaban al chocolate. La legislación real de 1632 insinúa el aprecio de los españoles por saborizantes para el chocolate como la vainilla y el *mecaxóchitl*. En ese año, la Corona introdujo un impuesto especial al consumo de chocolate en España, impuesto que incluía estos dos aditivos como materia prima para la elaboración del chocolate.<sup>55</sup> El jesuita que demandó al capitán de un barco por la pérdida de valioso chocolate y cacao también acusó al capitán por la desaparición de una carga de “orijuelas”, “mecasuchial” y “achiote”, así como vainilla; en otras palabras,

55 “Sobre el ‘servicio’ de los dos millones y medio” (1634), AGI, Consulados, leg. 93, No. 9. El edicto de 1632 (expedido también en 1634) para implementar un nuevo impuesto o monopolio en todo el reino para el chocolate establecía que se debían pagar tributos sobre el *mecazuchil* (1/2 real/lb.) y las vainillas (12 reales/lb.), así como sobre el cacao (1 real/lb.) y el chocolate manufacturado (1/2 real/lb.).

las especias esenciales del chocolate mesoamericano.<sup>56</sup> Existe una creencia generalizada de que los españoles no conservaron la práctica de mezclar maíz y cacao tal y como se acostumbraba en Mesoamérica. Sin embargo, una descripción de la fabricación del chocolate en la Corte, en 1636, y una demanda de 1644 hacen referencia al uso del maíz (en la demanda también se menciona “mecasuchil”, “orejuelas” y achiote) (De León Pinelo, 1636, 8r).<sup>57</sup>

La apreciación y las expectativas corporales de los españoles con respecto al chocolate no se limitaban a las papilas gustativas, sino que se extendían a sus preferencias visuales y táctiles. Al igual que los nativos de Mesoamérica, los criollos y españoles aprendieron que la bebida era mejor con achiote, ingrediente alabado por Cárdenas, por enriquecer el chocolate con un “rojo y gracioso color.” (Cárdenas, 1988 [1591], pp. 142-143). Otro autor expresó la “verdad” de que el achiote era necesario “para dar mas gusto, color y sabor al chocolate” (De Valverde Turices, 1624, fol. A1-v). La reacción inicial del jesuita José de Acosta demuestra que la espuma no resultó atractiva inmediatamente a los sentidos españoles. Sin embargo, conocedores de la post-Conquista en Mesoamérica y España llegaron a estar de acuerdo con los aficionados de la pre-Conquista en que el chocolate estaba incompleto sin espuma en la superficie. Al igual que los artefactos precolombinos, la iconografía de criollos y mestizos del siglo XVI y el arte español del siglo XVII demuestran que la espuma era fundamental en el consumo del chocolate. El molinillo utilizado para producir la espuma aparece con mucha frecuencia en representaciones del chocolate en la España del siglo XVII (ver las figuras 4, 5 y 6).<sup>58</sup> Los españoles también aprendieron de los mesoamericanos que el chocolate debía tomarse en una vasija especial: el *tecomate* (una copa fabricada con arcilla), o la *jícara* (una calabaza lacada); *tecomate* es la forma hispanizada del término náhuatl *tecomatl*, y *jícara* corresponde a *xicalli* (Molina, 1944 [1571], 93r, 158v).<sup>59</sup> Manifiestos de varios barcos indican que a finales del siglo XVI y comienzos de XVII, los consumidores de chocolate en España

56 AGI, CT 825, No. 8. Las grafías de *orijuelas* y *mecasuchial* son variaciones irregulares de *orejuelas* y *mecasuchil*, los términos españoles para los nombres náhuatl *xochinacatzli* y *mecaxóchitl*.

57 En una demanda de 1644 contra un vendedor acusado de vender tomates ilegalmente en Madrid se menciona que los ingredientes del chocolate son “mecasuchil” (*mecaxóchitl*), “orejuelas” (*xochinacatzli*), achiote y harina de maíz. Archivo Histórico Nacional, Madrid, Sala de Alcaldes, Lib. 1231.

58 Hay referencias a la espuma en Cárdenas (1988 [1591], pp. 145-146); Marradón (1685 [1618]); De León Pinelo (1636, 8).

59 Quiero agradecer a Margaret E. Connors McQuade por ayudarme a identificar los materiales de los que estaban hechas las vasijas y explicarme la importancia de la tradición de los *búcaros*.



compraban *tecomates* y *jícaras*, junto con las importaciones de chocolate y cacao.<sup>60</sup> Algunas naturalezas muertas tempranas muestran las calabazas lacadas como parte del conjunto convencional de elementos utilizados para consumir chocolate (ver las figuras 4 y 5).

Los europeos, obviamente, agregaron sus propias “invenciones” al chocolate. La composición del chocolate y su parafernalia evolucionaron a medida que se trasladaban de la América precolombina a la colonial, y de ésta, a Europa. Sin embargo, los “europeos” no hicieron un esfuerzo consciente por reinventar radicalmente la bebida. Las modificaciones se produjeron a través de manipulaciones graduales que tenían como objetivo mantener, no cambiar, el impacto sensorial del chocolate. La modificación más famosa fue la adición del azúcar. Contrario a la noción generalizada de que los españoles fueron los que inventaron la idea de endulzar el cacao, en realidad los indígenas mexicanos y mayas ya endulzaban muchas de sus bebidas de cacao con miel. Como los españoles sabían que tanto el azúcar como la miel eran endulzantes, cambiar el uno por el otro implicaba una modificación menor, y no una divergencia significativa de la preparación que ellos habían probado inicialmente. El azúcar puede ser visto como un reemplazo de la miel, de tal manera que la intención al usar la primera es aproximarse al sabor original, no cambiarlo radicalmente. Cárdenas menciona que algunos disolvían las tabletas de cacao en agua caliente con “su puntica de dulce, que le da mucha gracia”, pero no aclara si el dulce era azúcar o miel, lo cual sugiere que estos ingredientes eran intercambiables (Cárdenas, 1988 [1591], p. 145). De la misma manera, Antonio de León Pinelo, una autoridad en materia de chocolate, aceptó que la miel y el azúcar desempeñaban la misma función en el

60 AGI, CT 4389, comprador 382; 4412, comprador 13; 4413, comprador 708; 4424, fols. 210, 245, 296v; 4440, fols. 132, 133, 139; 4462, 315r. En los manifiestos, estos recipientes aparecen junto a referencias al chocolate (por ejemplo, “un caxon de chocolate y jícaras”; AGI, CT 4424, fol. 245), lo cual demuestra que estaban destinados a ser utilizados para consumir dicha bebida. Ver también De León Pinelo (1636, 8r). Otras naturalezas muertas que representan la parafernalia para hacer o tomar chocolate (como las *jícaras* hechas de calabaza lacada y/o porcelana, y molinillos) pintadas por artistas como Juan de Zurbarán, Francisco Barrera y Francisco Barranco se pueden apreciar en Anon (1995, pp. 140, 142); Cherry (1999, láminas 82, 86, 87). Sobre este género, ver también Cherry y Jordan (1995). Agradezco a William Jordan por haberme ayudado a encontrar la naturaleza muerta de la figura 4 (y por haber identificado a su autor, Antonio Ponce), y a José Antonio de Urbina, de la Galería Caylus, por permitirme reproducirla aquí. El señor Urbina también me informó que Juan van der Hamen y León, celebrado pintor de la Corte y antiguo aprendiz en el estudio de Ponce, pintó posteriormente un juego de utensilios para el chocolate idéntico al que aparece en la parte superior izquierda de la figura 4, en un cuadro que fue subastado por Christie's en 1996.

chocolate, aunque sugirió que los españoles preferían su chocolate más dulce (De León Pinelo, 1636, 8r).<sup>61</sup>

Otro ámbito para las invenciones de los españoles fue el de las especias. Los colonizadores españoles modificaron el chocolate tradicional mesoamericano añadiendo o reemplazando especias apreciadas en el Viejo Mundo (canela, pimienta negra, anís, rosa y sésamo, entre otras), en lugar del conjunto de especias florales nativo, el achiote y los chiles. Cárdenas, el médico criollizado, señaló que los españoles innovaron en las recetas al utilizar importaciones del Viejo Mundo, pero insistió en que “las especies olorosas de esta India Occidental” eran superiores, pues “no nos dan aquel excesivo calor que las que nos traen de la India Oriental” (Cárdenas, 1988 [1591], pp. 142-143). De manera similar, el médico madrileño Colmenero de Ledesma recomendaba las especias del Nuevo Mundo, pero reconocía que los reemplazos del Viejo Mundo podían ser más prácticos. Él sugiere que la rosa de Alejandría podía reemplazar el *mecasuchil* (*mecaxóchitl*) porque ambas sustancias poseían cualidades “purgativas” (tal vez, el que el *mecaxóchitl* y la rosa fuesen flores también hacía pensar que esta última podía reemplazar a la primera).<sup>62</sup> También propuso la pimienta negra del Viejo Mundo como una alternativa (inferior) a los chiles mexicanos, y enumeró los tipos de chiles preferibles nativos de Mesoamérica (*chichotes*, *chiltecpin*, *tonalchies* y *chilpatlagual*) (Colmenero de Ledesma, 1631, fol. 6r). Es probable que la canela, la cual estaba presente en casi todas las preparaciones de chocolate a finales del siglo XVII, haya sido adoptada porque tenía el aspecto picante del chile y los atributos florales de la constelación de especias florales mesoamericanas. Cuando los españoles manipularon las recetas usando especias del Viejo Mundo, en realidad estaban tratando de simular los sabores de las flores del Nuevo Mundo, las cuales eran más difíciles de obtener (Cárdenas, 1988 [1591], pp. 140, 142-143, 145-146).

El maíz, en efecto, desapareció finalmente de las bebidas de chocolate europeas. Sin embargo, las bebidas de cacao que, como el *atole*, contenían maíz no sucumbieron en España, debido a algún tipo de repulsión. Parece ser más bien que el maíz dejó de ser utilizado porque

61 El pasaje relevante es el siguiente: “Los Indios que lo inventaron, es sin duda que en mucha agua eshavan bastante miel para adularlo, y poco Cacao... Los Españoles aumentaron lo dulce con el azucar.” De León Pinelo también menciona, sin embargo, que los españoles de las Indias usan tanto miel como azúcar.

62 Ver Colmenero de Ledesma sobre la preferencia por los chiles (Colmenero de Ledesma, 1631, fols. 4v, 8r); sobre las maravillas del achiote (confirmadas a través de experimentos de “médicos de las Indias” en ovejas, en un caso de experimentación temprana con animales), las variedades de chiles y sustituciones (Colmenero de Ledesma, 1631, fols. 6r, 8r).

los consumidores españoles internalizaron definiciones mesoamericanas de lujo, y porque el chocolate sin maíz se conservaba mejor en viajes de larga distancia. El *atole* era preparado generalmente con una pasta viscosa de cacao altamente percedera. De otro lado, la preparación mesoamericana tradicional de chocolate caliente sin maíz utilizaba el cacao en forma de “tableta”. Esta presentación del cacao podía durar “al menos dos años”, lo cual la hacía ideal para las largas travesías a través del Atlántico.<sup>63</sup> Es así que la predominancia de bebidas de cacao sin maíz parece estar relacionada con problemas de almacenamiento en viajes de larga distancia. También es posible que los nahuas vieran las preparaciones con maíz y cacao como bebidas más cotidianas, y la preparación con especias y picante como una bebida para ocasiones especiales. A su vez, si los españoles internalizaron dichas connotaciones, es posible que la élite (la cual era vital para la transmisión trasatlántica del chocolate) haya preferido el chocolate más “lujoso”.<sup>64</sup> En otras palabras, es posible que la desaparición del maíz del chocolate español sea, de hecho, una prueba de la absorción española de valores mesoamericanos.



Figura 5. Antonio de Pereda. *Naturaleza muerta con cofre de ébano*. Esta obra maestra está dedicada a los placeres sensoriales del Nuevo Mundo. A la izquierda

aparece una *chocolatera*, en la cual la pasta de chocolate y el azúcar se disolvían juntos. El molinillo para producir espuma está a su derecha. En la bandeja que se encuentra más abajo hay tres tipos de *jícaras* (copas para tomar chocolate); las dos del frente están hechas de cerámica ibérica, mientras que la que está atrás tal vez es una pieza de porcelana importada de Asia. La cuchara, un elemento convencional en las naturalezas muertas cuyo tema era el chocolate, probablemente servía para recoger la espuma de la superficie, y era una variante de las cucharas de caparazón de tortuga utilizadas con el mismo propósito por los mesoamericanos. A la derecha, unos recipientes de madera contienen pasta de cacao, y un terrón de azúcar blanca está listo para usar. Entre las vasijas que se encuentran encima del cofre hay otra *jícara*, una calabaza espléndidamente decorada importada de Nueva España. Algunos bizcochos para acompañar el chocolate reposan en primer plano. El cofre puede ser un depósito para cacao; la cerradura y la llave les recuerdan a los espectadores el valor de su lujoso contenido. El cuadro también presenta otra tradición sensorial americana: las vasijas de cerámica rojas probablemente elaboradas en Tonolá (en las afueras de Guadalajara, en la Nueva España) y conocidas como *búcaros*, las cuales eran famosas por las cualidades aromáticas y terrosas que le impartían al agua. Óleo sobre lienzo. 80 x 94 cm. Colección de William Coesvelt, Gran Bretaña, 1815. Reproducida por cortesía del Museo del Hermitage, San Petersburgo, Rusia.



Figura 6. *La chocolatada*, atribuida al taller de Llorenç Passoles (Barcelona, 1710). Este mural representa una reunión aristocrática. La obra no deja ninguna duda acerca del papel fundamental del chocolate en la socialización de la élite del siglo XVIII, y destaca cómo los aficionados a la bebida seguían apreciando la espuma (en el mural, son los señores y no los sirvientes los que están espumando el chocolate). Reproducida por cortesía del Museu de Ceràmica, Barcelona, España.

63 Cárdenas describe la preferencia por el chocolate percedero sobre el cacao (Cárdenas, 1988 [1591], p. 145).

64 De acuerdo con el Códice Florentino, el chocolate que se servía a los señores de más alto rango en ocasiones especiales no tenía maíz (*The Florentine Codex*, volumen 8, lib. 13, p. 39). La descripción de Cárdenas insinúa la distinción cotidiano/lujoso para las bebidas de cacao (Cárdenas, 1988 [1591], p. 146).

Por último, las transformaciones en las vasijas para tomar chocolate demuestran que hubo una dinámica de cambio y continuidad en la historia del chocolate, y que es un error pensar en una ruptura repentina. Con

el paso del tiempo, los consumidores de chocolate más prósperos en el Nuevo y el Viejo Mundo reemplazaron las copas de cerámica y las calabazas huecas por vasijas de porcelana y mayólica. Sin embargo, y a pesar de los nuevos materiales, los recipientes conservaron no sólo un tamaño y forma similares, sino que también se siguieron usando los nombres en náhuatl (ver la figura 5) (Pierce, 2003, pp. 253-254, 259). El que los consumidores en España adoptaran el nombre de origen náhuatl, *jícara*, para sus copas de porcelana es una muestra clara de continuidad.

En la Nueva España, y más aún en la península Ibérica, los españoles experimentaron con sustitutos para las especias del Viejo Mundo, pero cuando lo hicieron, su meta era aproximarse a los sabores originales, no introducir nuevas sensaciones para el paladar. La noción de que los españoles “mejoraron” el chocolate de la América prehispánica tiene su origen en algunos textos del siglo XVIII que pretendían autojustificar a España. La historia según la cual el chocolate se había amoldado al gusto europeo era un mito que respaldaba una ideología de conquista: se asumía que los colonizadores habían llevado la civilización a los bárbaros, y no al contrario. Los europeos, en realidad, internalizaron inadvertidamente la estética mesoamericana y no modificaron el chocolate para que se acomodara a su gusto existente. De hecho, adquirieron nuevos gustos, una realidad en contradicción con la ideología colonial.

## EL GUSTO VS. LA IDEOLOGÍA

Al ocuparse del tema del consumo en general, y del chocolate en particular, la tradición cultural-funcionalista asume que el gusto sigue al discurso, que las prácticas corporales reflejan una ideología dominante, una mentalidad preponderante, o un *ethos* prevaleciente. El caso del chocolate sugiere que la relación entre gusto y discurso es más compleja. Tanto para los colonizadores españoles en el Nuevo Mundo como para los que vivían en la península, el hábito de tomar chocolate llamaba la atención sobre las paradojas y tensiones dentro del proyecto colonial. El que la discusión sobre el chocolate se haya desarrollado en un contexto médico es para algunos una explicación de cómo los europeos adoptaron dicha bebida y suprimieron asociaciones potencialmente idólatras. Sin embargo, no es cierto que el paradigma médico haya conducido a los europeos a la adopción del chocolate ni que haya resuelto la difícil cuestión de la diferencia cultural. Por el contrario, la “medicalización” del chocolate fue una consecuencia,

no una causa, del reto que este novedoso sabor imponía a la ideología colonial. Dicha medicalización surgió, en primer lugar, debido a una posición defensiva de los criollos, en su intento de negar las acusaciones de que los descendientes de europeos que vivían en América eran menos civilizados que los que residían en el Viejo Mundo; y, más adelante, porque los habitantes de la metrópoli reconocieron que habían asimilado una práctica proveniente de una cultura no cristiana y no europea.<sup>65</sup>

Los funcionarios coloniales de la metrópoli creían que los europeos nacidos y criados en el Nuevo Mundo se degeneraban hasta el punto de no ser mucho mejores que los indios. Estas ideas, basadas en algunas teorías ambientales de la época, llevaron a los funcionarios de la metrópoli a prohibir que los criollos ocuparan puestos burocráticos al final del siglo XVI. Los funcionarios afirmaban, por ejemplo, que “gran parte” de los europeos en el Nuevo Mundo “adoptan la naturaleza y costumbres de los indios, por haber nacido en el mismo clima y haberse criado entre ellos” (Brading, 1992, pp. 200, 297). Al mismo tiempo, al final del siglo XVI, los criollos mismos estaban preocupados por la posibilidad de que ocurriera una aculturación en dirección contraria. A las autoridades les inquietaba la idolatría persistente, incluso renovada, de la mayoría de la población indígena, y, aun más problemático, su influencia en personas de ascendencia europea y mestiza, particularmente en contextos plebeyos en los que individuos de orígenes diversos convivían cercanamente.<sup>66</sup> Los expedientes de la Inquisición señalan que los colonizadores blancos, así como aquellos de “sangre mixta”, buscaban curanderos nativos para que les ayudaran a recuperar bienes perdidos, ganar el favor del amado o amada, o resolver otras dificultades. Este fenómeno revela fallas perturbadoras en el proyecto evangelizador. Más aún, también invertía el orden social desde el punto de vista de las autoridades criollas, ya que convertía a quienes estaban en el lugar más bajo de la escala social (los indios) en autoridades a las que recurrían europeos, criollos y mestizos.

El gusto de los colonizadores por el chocolate parece darle crédito a la acusación de los habitantes de la metrópoli acerca de la disimilitud de los criollos, y afirma

65 Sobre la formación de identidades de criollos blancos, ver Brading (1992, pp. 2-3); Pagden (1987, p. 51); Pagden (1990, p. 91); Cañizares (1999, p. 35).

66 Aguirre Beltrán (1963); Aguirre Beltrán (1970); Alberro (1992b); Alberro (1988); Gruzinski (1993); Baudot (1977). Sobre dichos contextos plebeyos, ver Cope (1994).

la vulnerabilidad de los sujetos coloniales de todas las castas a la aculturación a usos nativos. El chocolate dividió a los españoles americanizados de los españoles ibéricos recién llegados al Nuevo Mundo; estos últimos se percataron de los peculiares hábitos y gustos de sus compatriotas criollizados y los rechazaron, mientras que los criollos se retorcieron bajo la condescendencia despectiva de los arrogantes peninsulares. En *Problemas y secretos maravillosos de las Indias*, obra que constituye un manifiesto sobre la legitimidad criolla, Juan de Cárdenas nota las críticas de “médicos de España, sin saber y escudriñar lo que es, de todo punto le repruevan [el chocolate]” (Cárdenas, 1988 [1591], p. 140). El jesuita español José de Acosta, después de permanecer durante un año en Nueva España, señaló con desaprobación que era “una locura” cómo esas mujeres españolas “hechas a la tierra se mueren por el negro chocolate y algunos que no estan hechos a él, les hace asco” (De Acosta, 1590, fols. 163r-164v). El desprecio ibérico por el chocolate era equivalente a la denigración peninsular de los criollos.

El chocolate estaba asociado a varias formas de “idolatría” colonial. Jacinto de la Serna, resuelto a identificar y extirpar las prácticas idólatras en Yucatán, escribió en 1656: “es digno de advertir que negros, mulatos y algunos españoles dexados de la mano de dios en cosas perdidas buscan indios a quienes pagan” por servicios con varias drogas (De la Serna, 1953, volumen 1, p. 239). Otro extirpador sostiene, además, que “en esta ciudad de Mérida... estas indias echan en el chocolate cosas encantadas que embrujan a sus maridos” (Sánchez de Aguilar, 1953, vol. 2, p. 279). Algunos casos de la Inquisición también confirman los vínculos entre el chocolate y la hechicería, especialmente en relación con mujeres de todas las castas. Por ejemplo, María de Riviera, identificada como una mulata en Puebla, le aconsejó a una cliente moler cacao con el objetivo de poder atraer a cierto hombre, añadiéndole “que le diesen chocolate con aquella agua que stava en el jarro donde estaban dhas doradillas”. Los registros de la Inquisición de la Nueva España y Guatemala en el siglo XVII contienen muchos casos que, como éste, muestran que el chocolate era un medio crucial para la aplicación efectiva de curas, pociones amorosas y hechizos (Anon, 1652, fols. 3r-v).<sup>67</sup>

*Problemas y secretos maravillosos de las Indias* (1591) de Juan de Cárdenas contiene la primera discusión extensa

<sup>67</sup> Casos similares son documentados y analizados en Méndez (1998) y Few (2005). Agradezco a Martha Few por haber llamado mi atención sobre estos casos.

sobre el chocolate en el contexto del consumo europeo. La inclusión del chocolate en medio de un discurso médico no puede separarse de la posición defensiva de Cárdenas con respecto a la reivindicación de los criollos, en el sentido de ser iguales a los peninsulares, ni de sus miedos sobre la resistente “superstición” india y la susceptibilidad de los criollos hacia ella. El estatus ambiguo de Cárdenas explica en parte su motivación para escribir sobre el chocolate. Le molestaban las críticas de “esos doctores en España” que “condenan todo lo que tiene que ver con el chocolate”. Cárdenas creía que la falta de consenso acerca del chocolate en el Nuevo Mundo también era un problema: “En quanto a los daños y provechos que haze, oigo dezir a cada uno su parecer: unos abominan el chocolate, haziéndolo inventor de cuantas enfermedades ay, otros dizen que no ay tal cosa en el mundo... ansí que no ay quien en esto tome tino al vulgo” (Cárdenas, 1988 [1591], p. 146).

La ansiedad de Cárdenas acerca del estatus ambiguo del chocolate está conectada con una preocupación, presente en toda su obra, por trazar una línea que separe a criollos de indios. En *Problemas*, expresa su inquietud por la manera en que los españoles recurren a curanderos indios, lamentando tener que oír decir

... cada día dos mil cuentos y otras tantas historias, patrañas y vanidades acerca de que enhechizaron uno y del otro que echó una bolsa de gusanos con un bevedizo o *patle* que le dieron, y no cessa aquí el negocio, sino que también os querrán hacer en creyente que ay yerbas, polvos y raíces que tienen tal propiedad que con ellas puedan hazer que dos personas se quieran bien o que se aborrezcan [...] y no sólo se persuade a creer esto el ignorante vulgo, pero también creen y imaginan (mayormente gente bárbara y estúpida) que se toman yervas y bevedizos para adivinar lo porvenir (negocio sólo reservado a Dios) (Cárdenas, 1988 [1591], pp. 265-266).

Los personajes oscuros mencionados por Cárdenas, aquellas personas que proporcionaban curas al “vulgo”, incluyen “cierta esclava negra” y “estos indios que de suyo son grandes ademaneros y alharaquientos” (Cárdenas, 1988 [1591], pp. 270, 273).

Para rescatar al chocolate de sus vínculos con la “idolatría colonial” y de su potencial como vehículo de contagio cultural, Cárdenas aseguró que el chocolate podía ser europeizado e higienizado de asociaciones paganas, a través de la aplicación de principios médicos del Viejo Mundo. El acto de prescribir o recetar producía la ilusión de que

la aculturación a prácticas materiales indias podía ser mediada y protegida de una contaminación cultural indeseable y peligrosa. Siguiendo el modelo fijado por otros escritores europeos que se ocupaban de la materia médica, Cárdenas comienza su discusión sobre el chocolate estableciendo su perfil humoral, utilizando para ello las categorías frío/caliente y seco/húmedo desplegadas por Galeno (131-201 A.D.) y adoptadas por médicos medievales y renacentistas.<sup>68</sup> Cárdenas explica que el cacao tiene tres partes con cualidades diferentes y contradictorias, pero que, desde el punto de vista humoral, sus cualidades frías eran las predominantes. Posteriormente describe las variedades de bebidas de cacao y las prescribe para cada individuo de acuerdo con su temperamento, ubicación, edad, y otros factores que pueden incidir sobre el balance humoral. Después de exponer la confusa variedad de opiniones con respecto al chocolate, Cárdenas promete que “Sólo pues nos sacará de esta confusión el divino Hipócrates, con aquella cifrada sentencia que dixo ‘No todo en todo, sino cada cosa para lo que es’, que es como dezir, que no queramos aplicar una sola cosa a todos sugetos, a todas complexiones y a todas enfermedades” (Cárdenas, 1988 [1591], pp. 139, 146). Aunque algunos han visto la inserción del chocolate en el paradigma médico clásico basado en Hipócrates y Galeno como la *causa* del éxito de la bebida en Europa, es mejor entender dicha inserción como el *efecto* de tal éxito: la manera que las autoridades criollas (y, poco después, las ibéricas) encontraron para reconciliar su gusto por un manjar indio con una ideología de superioridad cultural. Al escribir sobre el chocolate, Cárdenas está reaccionando ante la amplia popularidad del chocolate entre los criollos, no está causando esa popularidad. Igualmente, este discurso médico es posterior, no anterior, a la aceptación del chocolate entre consumidores españoles en Europa. El *Diálogo del uso del tabaco y de chocolate y otras bebidas*, el primer tratado dirigido a los consumidores de chocolate en España, fue publicado en 1618, al menos veinte años después de que el chocolate tuviera una presencia detectable entre los consumidores de la península.

68 Al enmarcar su discusión sobre la *materia médica* del Nuevo Mundo de esta manera, Cárdenas sigue el modelo establecido por Nicolás Monardes, un comerciante sevillano que escribió la *Historia medicinal: de las cosas que se traen de nuestras Indias Occidentales, que sirven al uso de Medicina*, libro bastante popular y muy traducido. Aunque Monardes no se ocupó del cacao ni del chocolate, sí presenta un prototipo de higienización en su discusión sobre el tabaco. Sobre la deuda de Cárdenas con Monardes, y la *Historia medicinal* como un punto de quiebre en las representaciones europeas del Nuevo Mundo, ver Norton (2000, pp. 54-62, 104-112, 177-190). Un trabajo más reciente es el de Bleichmar (2005, pp. 83-99).

A pesar de los esfuerzos de Cárdenas, el legado indio del chocolate continuó atormentando a algunos durante la migración de la bebida a Europa. El autor del *Diálogo*, Bartolomé de Marradón, era un médico (o boticario) andaluz que tipificaba la vanguardia de consumidores de chocolate en la metrópoli: viajó a las Indias (Nueva España y/o Guatemala) al menos dos veces y tenía familiares que habían migrado con ese destino.<sup>69</sup> En el texto de Marradón se manifiesta la tensión sin resolver entre el marco médico y las ansiedades persistentes sobre el chocolate como vehículo de diseminación de la cultura indígena. Tal y como su título lo indica, Marradón redactó su tratado como un diálogo entre “un médico” (presumiblemente de origen hispano), “un indio” y “un burgués”. El personaje del médico no es muy amable con el chocolate: su sabor le parece desagradable, sus efectos poco saludables, su uso poco cristiano, y su esencia deplorablemente india. Sin embargo, con la figura del “indio”, Marradón revela la paradoja que implica la dependencia española del chocolate. El indio cuenta haber visto a un sacerdote español (quien supuestamente estaba evangelizando unos nativos) tan apegado al chocolate que debió interrumpir la misa para tomar un poco. El indio dice: “Una vez vi en un puerto en el que desembarcamos para purificar el agua a un sacerdote diciéndome misa que, por estar exhausto, se vio obligado a sentarse en una banca y tomar un *tecomate* lleno de chocolate, y entonces Dios le dio energía para completar la misa” (Marradón, 1685 [1618], pp. 436-438). El que el sacerdote haya recurrido al chocolate *durante* la misa muestra cómo, al adoptar el chocolate, los mismos civilizadores españoles fueron víctimas de la idolatría india. El consumo de chocolate, una práctica entrelazada con la idolatría pagana, aparece intercalado en el rito más importante del catolicismo, la transformación del vino y el pan en la sangre y el cuerpo de Cristo. El “burgués” suministra más evidencia de esta perversión al añadir que los clérigos tomaban chocolate en la iglesia.

La conclusión del diálogo deja muy en claro que el chocolate no es una sustancia neutral, higienizada mediante un discurso médico, sino que se trata más bien de un medio para esparcir herejías indias. Las últimas palabras de la conversación son pronunciadas por el indio, quien cuenta que las mujeres españolas “usan esta bebida para vengar sus celos, aprendiendo a usar hechizos de las indias, quienes son grandes maestras, pues les

69 AGI, CT 5360, No. 8; CT 5407, No. 8. En la traducción de Dufour, Marradón aparece como “médico de Marchena”, mientras que en los documentos del AGI aparece como *boticario*.

ha enseñado el Diablo”. Este personaje describe asesinatos ocasionados por los hechizos de estas mujeres y advierte que “es muy bueno abstenerse del chocolate para evitar la asociación y familiaridad con gente tan culpada de hechicería” (Marradón, 1685 [1618], pp. 444-445). Marradón quiso demostrar, a través del personaje del indio, que el chocolate no podía ser separado de su linaje cultural, un linaje que convertía a los europeos en aprendices de los indios, a quienes a su vez el autor presenta como maestros o maestras (o más bien dueñas) de la hechicería, o incluso de satanismo. Al hacer esto, logró que nociones prevalecientes en la Mesoamérica colonial (que se manifestaban en la atención que las autoridades de la Inquisición prestaban a curanderos y hechiceras que ofrecían chocolate) migraran a España. El *Diálogo* de 1618 resalta las ironías inherentes a la adopción europea del chocolate en un mundo en el cual los españoles eran ostensiblemente los diseminadores de la civilización, no aprendices de la cultura india.<sup>70</sup>

La mayoría de estudios sobre consumo en general, y sobre bebidas estimulantes en particular, asume o pretende demostrar que el gusto refleja jerarquías sociales o un *ethos* en ascenso. En otras palabras, el gusto es una función de otros fenómenos sociales. El caso del chocolate muestra otra posibilidad: que el gusto, en vez de naturalizar ideologías de hegemonía, puede revelar contradicciones internas en los aparatos ideológicos. En España e Hispanoamérica, el gusto de los europeos por el chocolate no apuntalaba una jerarquía normativa que pusiera a los colonizadores europeos por encima de los súbditos indios, o a los cristianos por encima de los paganos. En contraste, dicho gusto llamó la atención de manera incómoda sobre las fallas del proyecto civilizador y evangelizador colonial, y reveló la vulnerabilidad de los ciudadanos a las metamorfosis culturales y el potencial de internalización de idolatría de los cristianos.

Ni tan abstracto como las ideas ni tan tangible como los bienes, el gusto, el cual ha sido entendido a lo largo de este texto como hábitos encarnados y disposiciones estéticas, forma parte del “Intercambio Transoceánico”. Estos hábitos encarnados y disposiciones estéticas tienen una historia que está relacionada con (pero que

70 Más adelante, las autoridades culturales (médicos, farmacéuticos, teólogos) en España y en toda Europa estuvieron más cerca de Cárdenas que de Marradón, y enfatizaron las virtudes médicas del chocolate (cuando era usado con moderación). No obstante, perduró un subtexto sobre los aspectos potencialmente no cristianos del consumo de chocolate; ver Norton (2000) o Norton (próxima publicación).

no depende de) otros fenómenos históricos. En el caso del chocolate, algunas condiciones sociales particulares, como la proximidad prolongada de los españoles con los entornos culturales indios y la integración social del Atlántico español, dan cuenta de la adquisición por parte de los europeos de un nuevo gusto. Este gusto, más que apuntalar una ideología imperial monolítica, llamaba la atención sobre sus contradicciones internas. El gusto, en este caso, es una fuerza autónoma que, más que reflejar el discurso, lo afecta. ☺

## REFERENCIAS

1. Acosta, J. de (1590). *Historia natural y moral de las Indias*. Sevilla: Juan de León.
2. Agnew, J.-C. (1993). Coming Up for Air: Consumer Culture in Historical Perspective. En: J. Brewer y R. Porter (Eds.), *Consumption and the World of Goods*. London: Routledge.
3. Aguirre Beltrán, G. (1963). *Medicina y magia: el proceso de aculturación en la estructura colonial*. México D. F.: Instituto Nacional Indigenista.
4. Aguirre Beltrán, G. (1970). *El proceso de aculturación y el cambio sociocultural en México*. México D. F.: Universidad Iberoamericana.
5. Albala, K. (2002). *Eating Right in the Renaissance*. Berkeley: University of California Press.
6. Alberro, S. (1988). *Inquisition et Société au Mexique, 1571-1700*. México D. F.: Centre d'Etudes Mexicaines et Centraméricaines.
7. Alberro, S. (1992a). *Del gachupín al criollo: o cómo los españoles de México dejaron de serlo*. México D. F.: jornadas 122, El Colegio de México.
8. Alberro, S. (1992b). *Les Espagnols dans le Mexique colonial: Histoire d'une acculturation*. Paris: Armand Colin.
9. Alden, D. (1976). The Significance of Cacao Production in the Amazon Region during the Late Colonial Period: An Essay in Comparative Economic History. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 120, No. 2.
10. Altman, I. (1989). *Emigrants and Society: Extremadura and America in the Sixteenth-Century*. Berkeley: University of California Press

11. Anderson, B. (1991). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verson.
12. Anónimo (16-). *Carta que escribió vn Médico cristiano, que estava curando en Antiberi, a vn Cardenal de Roma, sobre la bebida del Cahué o café*. Sin lugar de publicación.
13. Anónimo (1652). Proceso y causa contra María de Rivera mulata libre natural y vezina de la Ciudad de la Puebla de los Ángeles. Bancroft Library, Ms. 96/95.
14. Anónimo (1685). *Tractatus novi de potv caphé: de Chinesivm thé; et de chocolata*. Paris.
15. Anónimo (1944). *Noticias relativas al pueblo de Tepetlaoxtoc*. México D.F.
16. Anónimo (1995). *Tres siglos de pintura*. Madrid.
17. Appleby, J. (1993). Consumption in Early Modern Social Thought. En: J. Brewer y R. Porter (Eds.), *Consumption and the World of Goods*. London: Routledge.
18. Arcila Farías, E. (1950). *Comercio entre Venezuela y México en los siglos XVI y XVII*. México: El Colegio de México.
19. Barrera, A. (2006). *Experiencing Nature*. Austin: University of Texas Press.
20. Baudot, G. (1977). *Utopie et Histoire au Mexique*. Toulouse : Privat.
21. Benavente, T. de (2001). *Historia de los indios de la Nueva España*. En: C. Esteva Fabregat (ed.). México D. F.: Dastin, Crónicas de América.
22. Benzoni, G. (1565). *Historia del Mondo Nuovo*. Venecia : Tip. de. Francesco Rampazzetto.
23. Berdan, F. F. y Rieff Anawalt, P. (Eds.) (1997). *The Essential Codex Mendoza*. Berkeley: University of California.
24. Berg, M. y Eger, E. (Eds.) (2003). *Luxury in the Eighteenth-Century: Debates, Desires, and Delectable Goods*. New York: Palgrave Macmillan.
25. Bergmann, J. F. (1969). The Distribution of Cacao Cultivation in Pre-Columbian America. *Annals of the Association of American Geographers*, 59, 85-96.
26. Blackburn, R. (1998). *The Making of New World Slavery*. London: Verso.
27. Blegny, N. (1687). *Le bon usage du thé, du caffé et du chocolat*. Lyon: Chez T. Amaulry.
28. Bleichmar, D. (2005). Books, Bodies, and Fields: Sixteenth-Century Transatlantic Encounters with New World Materia Médica. En: L. Schiebinger y C. Swan (Eds.), *Colonial Botany: Science, Commerce, and Politics in the Early Modern World*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
29. Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
30. Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Stanford: Stanford University Press.
31. Boyd-Bowman, P. (1976). Patterns of Spanish Emigration to the Indies until 1600. *Hispanic American Historical Review*, 56.
32. Brading, D. A. (1992). *The First America: The Spanish Monarchy, Creole Patriots, and the Liberal State, 1492-1867*. Cambridge: Cambridge University Press.
33. Campbell, C. (1987). *The Romantic Ethic and the Spirit of Capitalism*. Oxford: Blackwell.
34. Campbell, C. (1993). Understanding Traditional and Modern Patterns of Consumption in Eighteenth-Century England. En: J. Brewer y R. Porter (Eds.), *Consumption and the World of Goods*. London. Routledge.
35. Cañizares Esguerra, J. (1999). New World, New Stars: Patriotic Astrology and the Invention of Indian and Creole Bodies in Colonial Spanish America, 1600-1650. *American Historical Review*, 104, No. 1.
36. Cañizares Esguerra, J. (2001). *How to Write the History of the New World*. Stanford: University Press.
37. Cárdenas, J. de (1988 [1591]). *Problemas y secretos maravillosos de las Indias*. Editado por Á. Durán. Madrid: Alianza Editorial.
38. Carrasco, P. (1997). Indian-Spanish Marriages in the First Century of the Colony. En: S. Schroeder y R. Haskell (Eds.), *Indian Women of Early Mexico*. Norman: University of Oklahoma Press.
39. Chamberlayne, J. (1682). *The Natural History of Coffee, Thee, Chocolate, Tobacco*. London: Printed for Christopher Wilkinson.

40. Chaunu, P. y Chaunu, H. (1956-1959). *Séville et l'Atlantique, 1504-1650*. 8 vols. Paris: S.E.V.P.E.N.
41. Cherry, P. (1999). *Arte y naturaleza: el bodegón español en el Siglo de Oro*. Trad. I. Barzdevics. Madrid: Fundación de Apoyo a la Historia del Arte Hispánico.
42. Cherry, P. y Jordan, W. B. (1995). *Spanish Still-Life from Velázquez to Goya*. London: National Gallery.
43. Clunas, C. (1999). Modernity Global and Local: Consumption and the Rise of the West. *American Historical Review*, 104, no. 5, 1497-1511.
44. Coe, S. D. (1984). *America's First Cuisines*. Austin: University of Texas Press.
45. Coe, S. D. y Coe, M. D. (1996). *The True History of Chocolate*. London: Thames and Hudson.
46. Colley, L. (1992). *Britons: Forging the Nation, 1707-1837*. New Haven: Yale University Press.
47. Colley, L. (2002). *Captives: Britain, Empire and the World, 1600-1850*. Anchor, 2004.
48. Colmenero de Ledesma, A. (1631). *Curioso tratado de la naturaleza y calidad del chocolate*. Madrid: Francisco de Martínez, f. 6r, 6v.
49. Cope, R. D. (1994). *The Limits of Racial Domination: Plebeian Society in Colonial Mexico*. Madison: The University of Wisconsin Press.
50. Córdoba, J. de (1942 ed. facs. [1578]). En W. Jiménez Moreno (ed), *Vocabulario castellano-zapoteco*. México D. F.: Instituto Nacional de Antropología e Historia.
51. Courtwright, D. T. (2001). *Forces of Habit: Drugs, and the Making of the Modern World*. Cambridge: Harvard University Press.
52. Cowan, B. (2005). *The Social Life of Coffee: The Emergence of the British Coffeehouse*. New Haven: Yale University Press.
53. Cronon, W. (1983). *Changes in the Land: Indians, Colonists, and the Ecology of New England*. New York: Hill and Wang.
54. Cronon, W. (1991). *Nature's Metropolis: Chicago and the Great West*. New York: Norton.
55. Crosby, A. (1972). *The Columbian Exchange: The Biological and Cultural Consequences of 1492*. Westport, Conn: Greenwood Publishers.
56. Crosby, A. (1986). *Ecological Imperialism: The Biological Expansion of Europe, 900-1900*. Cambridge: Cambridge University Press.
57. Dakin, K. y Wichmann, S. (2000). Cacao and Chocolate: A Uto-Aztec Perspective. *Ancient Mesoamerica*, 11, 55-75.
58. Davidson, A. (1992). "Europeans" Wary Encounter with Potatoes, Tomatoes, and Other New World Foods. En: N. Foster y L. S. Cordell (Eds.), *Chilies to Chocolate: Food the Americas Gave the World*. Tucson: University of Arizona Press.
59. De Vries, J. (1976). *The Economy of Europe in an Age of Crisis, 1600-1750*. Cambridge: Cambridge University Press.
60. De Vries, J. (1993). Between Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe. En: J. Brewer y R. Porter (Eds.), *Consumption and the World of Goods*. London: Routledge.
61. De Vries, J. (1994). The Industrious Revolution and the Industrial Revolution. *Journal of Economic History*, 54, 249-270.
62. De Vries, J. (2003). Luxury in the Dutch Golden Age in Theory and Practice. En: M. Berg y E. Eger (Eds.), *Luxury in the Eighteenth-Century: Debates, Desires, and Delectable Goods*. New York: Palgrave MacMillan.
63. De Vries, J. y Van der Woude, A. (1997). *The First Modern Economy: Success, Failure, and Perseverance of the Dutch Economy, 1500-1815*. Cambridge: Cambridge University Press.
64. Diamond, J. (1997). *Guns, Germs and Steel: The Fates of Human Societies*. New York: Norton.
65. Díaz del Castillo, B. (1964). *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España*. En: J. Ramírez Cabañas (ed). México D. F.: Porrúa.
66. Dickson, S. A. (1954). *Panacea or Precious Bane: Tobacco in Sixteenth Century Literature*. New York: New York Public Library.
67. Dufour, P. S. (1685). *Traitez nouveaux et curieux du café, du thé et du chocolat*. Lyon: Jean Girin & B. Riviere.



68. Elliot, J. H. (1970). *The Old World and the New, 1492-1650*. Cambridge: Cambridge University Press.
69. Eltis, D. (2000). *The Rise of African Slavery in the Americas*. Cambridge: Cambridge University Press.
70. Farriss, N. (1984). *Maya Society under Colonial Rule: The Collective Enterprise of Survival*. Princeton: Princeton University Press.
71. Few, M. (2005). Chocolate, Sex, and Disorderly Women in Late-Seventeenth- and Early-Eighteenth-Century Guatemala. *Ethnohistory*, 52, 673-687. <http://ethnohistory.duke-journals.org/cgi/reprint/52/4/673>.
72. Findlen, P. (1998). Possessing the Past: The Material World of the Italian Renaissance. *American Historical Review*, 103, no. 1, 83-114.
73. Gage, T. (1648). *The English-American, His Travail by Sea and Land; or, A New Survey of the West-Indias*. London: B. Cotes.
74. Garibay K., A. M. (1967). *Historia de las Indias de Nueva España e Islas de la Tierra Firme*. Dos vols. México D. F.: Porrúa.
75. Gibson, C. (1964). *The Aztecs under Spanish Rule*. Stanford: Stanford University Press.
76. Gillespie, S. D. y de MacVean, L. E. (2002). Las flores del Popol Vuh. *Revista Universidad del Valle de Guatemala*, 12, 10-17.
77. Goldthwaite, R. (1980). *The Building of Renaissance Florence: An Economic and Social History*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
78. Goldthwaite, R. (1993). *Wealth and the Demand for Art in Italy, 1300-1600*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
79. Goodman, J. (1994). *Tobacco in History: The Cultures of Dependence*. London: Routledge.
80. Goodman, J. (1995). Excitantia: Or How Enlightenment Europe Took to Soft Drugs. En: J. Goodman, P. E. Lovejoy y A. Sherrat (Eds.), *Consuming Habits: Drugs in History and Anthropology*. London: Routledge.
81. Goodman, J., Lovejoy, P. E. y Sherrat, A. (Eds.) (1995). *Consuming Habits: Drugs in History and Anthropology*. London: Routledge.
82. Greenblatt, S. (1991). *Marvelous Possessions: The Wonder of the New World*. Chicago and London: University of Chicago Press.
83. Gruzinski, S. (1993). *The Conquest of Mexico: The Incorporation of Indian Societies into the Western World, 16th-18th Centuries*. Trad. E. Corrigan. Cambridge: Polity Press.
84. Hamilton, E. J. (1965). *American Treasure and the Price of Revolution in Spain, 1501-1650*. New York: Octagon Books.
85. Henderson, J. and Rosemary, A. (2007). Brewing Distinction: The Development of Cacao Beverages in Formative Mesoamerica. In: C. McNeil (ed), *Chocolate in Mesoamerica: A Cultural History of Cacao*. Gainesville: University of Florida Press.
86. Hernández, F. (1945). *Antigüedades de la Nueva España*. Trad. J. García Pimentel. México D. F.: Editorial Pedro Robredo.
87. Hernández, F. (1959). *Historia natural de Nueva España*. Dos vols. México, D. F.: Universidad Nacional de México.
88. Hurtado, T. (1645). *Chocolate y tabaco: ayuno eclesiástico y natural*. Madrid: Francisco García.
89. Jacobs, A. P. (1995). *Los movimientos migratorios entre Castilla e Hispanoamérica durante el reinado de Felipe III, 1598-1621*. Ámsterdam: Rodopi.
90. Jamieson, R. W. (2001). The Essence of Commodification: Caffeine Dependencies in the Early Modern World. *Journal of Social History*, 35, No. 2, 269-294.
91. Jardine, L. (1996). *Worldly Goods: A New History of the Renaissance*. New York: Nan A. Talese.
92. Kany, C. E. (1932). *Life and Manners in Madrid, 1750-1800*. Berkeley: University of California Press.
93. Kirchhoff, P. (1943). Mesoamérica. *Acta Americana*, 1, No. 1, 92-107.
94. Klooster, W. (1995). *Illicit Riches: The Dutch Trade in the Caribbean, 1648-1795*. Leiden: KITLV Press.
95. Lavedán, A. (1991 ed. facs. [1796]). *Tratado de los usos, abusos, propiedades y virtudes del tabaco, café, té y chocolate*. Madrid: Almarabu.
96. Leclant, J. (1979). Coffee and Cafés in Paris, 1644-1693. En: R. Forster y O. Ranum (Eds.), *Food and Drink in History*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

97. León Pinelo, A. de la (1636). *Questión moral: Si el chocolate quebranta el ayuno eclesiástico*. Madrid: Viuda de Juan González, fol. 8v.
98. Levy Peck, L. (2005). *Consuming Splendor: Society and Culture in Seventeenth-Century England*. Cambridge: Cambridge University Press.
99. Lockhart, J. (1976). Letters and Peoples to Spain. En: F. Chiappelli (Ed.), *First Images of America*. Dos vols. Berkeley: University of California Press
100. Lockhart, J. (1993). *The Nahuas after the Conquest: A Social and Cultural History of the Indians of Central Mexico, Sixteenth through Eighteenth Centuries*. Stanford: Stanford University Press.
101. MacLeod, M. J. (1973). *Spanish Central America*. Berkeley: University of California Press.
102. Marradón, B. (1685 [1618]). Dialogue du Chocolat. En: P. S. Dufour (Ed.), *Traitez nouveaux et curieux du café, du thé et du chocolat*. Trad. P. S. Dufour. Lyon : Jean Girn & B. Rivier.
103. McKendrick, N., Brewer, J. y Plumb, J. H. (1982). *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*. London: Europa.
104. Melville, E. G. K. (1994). *A Plague of Sheep: Environmental Consequences of the Conquest of Mexico*. Cambridge: Cambridge University Press.
105. Méndez, M. A. (1998). Una relación conflictiva: la Inquisición novohispana y el chocolate. *Caravelle*, 71, 9-21.
106. Meskell, L. M. y Joyce, R. A. (2003). *Embodied Lives: Figuring Ancient Maya and Egyptian Experience*. London: Routledge.
107. Millon, R. F. (1955). When Money Grew on Trees: A Study of Cacao in Ancient Mesoamerica. Tesis para la Universidad de Columbia. New York.
108. Mintz, S. W. (1985). *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*. New York: Penguin Books.
109. Mintz, S. W. (1993). The Changing Roles of Food in the Study of Consumption. En: J. Brewer y R. Porter (Eds.), *Consumption and the World of Goods*. London: Routledge.
110. Molina, A. de (1944 ed. facs. [1571]). *Vocabulario en lengua castellana y mexicana*. 2 vols. Madrid: Ediciones Cultura Hispánica.
111. Monardes, N. (1565-1574). *Historia medicinal: de las cosas que se traen de nuestras Indias Occidentales, que sirven al uso de Medicina*. Sevilla.
112. Mueller, W. (1960). *Bibliographie des Kaffee, des Kakao, der Schokolade, des Tee und deren Surrogate bin zum Jahre*. Bad Bocklet: Walter Krieg Verlag.
113. Mukerji, C. (1983). *From Graven Images: Patterns of Modern Materialism*. New York: Columbia.
114. Norton, M. (2000). New World of Goods: A History of Tobacco and Chocolate in the Spanish Empire, 1492-1700. Tesis para la Universidad de California, Berkeley. Berkeley.
115. Norton, M. (próxima publicación). *Sacred Gifts, Profane Pleasures: A History of Tobacco and Chocolate in the Atlantic World*. Ithaca.
116. Ortiz, F. (1995 [1947]). *Cuban Counterpoint: Tobacco and Sugar*. Trad. H. de Onís. Durham: Duke University Press.
117. Pagden, A. (1982). *The Fall of Natural Man*. Cambridge: Princeton University Press.
118. Pagden, A. (1987). Identity Formation in Spanish America. En: N. Canny y A. Pagden (Eds.), *Colonial Identity in the Atlantic World, 1500-1800*. Princeton: Princeton University Press.
119. Pagden, A. (1990). *Spanish Imperialism and the Political Imagination: Studies in European and Spanish-American Social and Political Theory, 1513-1830*. New Haven: Yale University Press.
120. Palmer, C. (1979). *Slaves of the White God*. Cambridge, MA: Harvard University Press
121. Parry, J. H. (1990). *The Spanish Seaborne Empire*. Berkeley: University of California.
122. Pierce, D. (2003). Mayólica in the Daily Life of Colonial México. En: R. F. Gavin, D. Pierce y A. Pleguezuelo (Eds.), *The Story of Spanish and Mexican Mayólica*. Santa Fe: International Folk Art Foundation.
123. Pomerantz, K. (2000). *The Great Divergence: China, Europe, and the Making of the Modern World Economy*. Princeton: Princeton University Press.
124. Rodríguez-Alegría, E. (2005). Eating Like an Indian: Negotiating Social Relations in the Spanish Colonies. *Current Anthropology*, 46, 551-573.

125. Sabuco de Nantes, O. (1588). *Nueva filosofía de la naturaleza del hombre*. Madrid.
126. Sahagún, B. de (1950). *The Florentine Codex: General History of the Things of New Spain*. Trad. A. J. O. Anderson y C. Dibble. 12 vols. Santa Fe: School of American Research and the University of Utah Press.
127. Sahlins, M. (1988). Cosmologies of Capitalism: The Trans-Pacific Sector of the World-System. *Proceedings of the British Academy*, 74, 1-51.
128. Sánchez de Aguilar, P. (1953). Idolatrías, supersticiones, hechicerías. En: F. del Paso y Troncoso (ed), *Tratado de las idolatrías, supersticiones, dioses, ritos hechicerías y otras costumbres gentílicas de las razas aborígenes de México*. México D. F.: Ediciones Fuente Cultural.
129. Santamaría Arnaiz, M. (1986). La alimentación de los españoles bajo el reinado de los Austrias. Tesis para la Universidad Complutense. Madrid.
130. Sanz, E. L. (1979). *Comercio de España con América en la época de Felipe II*, vol. 1: *Los mercaderes y el tráfico indiano*. Valladolid: Servicio de Publicaciones de la Diputación Provincial de Valladolid.
131. Serna, J. de la (1953). Tratado de las supersticiones, idolatrías, hechicerías y otras costumbres de las razas aborígenes de México. En: F. del Paso y Troncoso (ed.), *Tratado de idolatrías, supersticiones, dioses, ritos, hechicerías y otras costumbres gentílicas de las razas aborígenes de México*. México D. F.: Ediciones Fuente Cultural.
132. Schiebinger, L. (2005). Forum Introduction: The European Colonial Science Complex. *Isis*, 96, 52-55.
133. Schiebinger, L. y Swan, C. (Eds.) (2005). *Colonial Botany: Science, Commerce, and Politics in the Early Modern World*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
134. Schivelbusch, W. (1992). *Tastes of Paradise: A Social History of Spices, Stimulants and Intoxicants*. Trad. D. Jacobson. New York: Random House.
135. Shammas, C. (1993). Changes in English and Anglo-American Consumption from 1550 to 1800. En: J. Brewer y R. Porter (Eds.), *Consumption and the World of Goods*. Londres: Routledge.
136. Smith, P. H. y Findlen, P. (Eds.) (2002). *Merchants and Marvels: Commerce, Science, and Art in Early Modern Europe*. New York: Routledge.
137. Smith, W. D. (2002). *Consumption and the Making of Respectability, 1600-1800*. New York : Routledge.
138. Spon, J. (1671). *Usage du café, du thé et du chocolat*. Lyon.
139. Stoler, A. L. y Cooper, F. (1997). Between Metropole and Colony. En: F. Cooper y A. L. Stoler (Eds.), *Tensions of Empire: Colonial Cultures in Bourgeois World*. Berkeley: University of California Press.
140. Swan, C. (2005). Collecting *Naturalia* in the Shadow of Early Modern Dutch Trade. En: L. Schiebinger y C. Swan (Eds.), *Colonial Botany: Science, Commerce, and Politics in the Early Modern World*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
141. Thomas, N. (1991). *Entangled Objects: Exchange, Material Culture, and Colonialism in the Pacific*. Cambridge.
142. Todorov, T. (1984). *The Conquest of America: The Question of the Other*. Trad. R. Howard. New York: Harper & Row Publishers.
143. Tomaso, E. D., Beltramo, M. y Piomelli, D. (1996). Brain Cannabinoids in Chocolate. *Nature*, 382.
144. Valadés, D. (1579). *Retórica Cristiana*. Perugia: Petrumiacobum Petrutium.
145. Valverde Turices, S., de la (1624). *Un discurso de chocolate*. Sevilla: Juan de Cabrera.
146. Wacquant, L. (1992). Taste. En: T. B. Bottomore y W. Outhwaite (Eds.), *The Blackwell Dictionary of Twentieth-Century Social Thought*. Oxford: Blackwell.
147. Walvin, J. (1997). *Fruits of Empire: Exotic Produce and British Taste, 1660-1800*. New York: New York University Press.
148. Weinberg, B. A. y Bealer, B. K. (2001). *The World of Coffee: The Science and Culture of the World's Most Popular Drug*. New York: Routledge.
149. Wolf, E. (1982). *Europe and the People without History*. Berkeley: University of California.
150. Young, A. M. (1994). *The Chocolate Tree: A Natural History of Cacao*. Washington D.C.: Smithsonian Institution Press.
151. Zimmerman, A. (2001). *Anthropology and Antihumanism in Imperial Germany*. Chicago Press.

