

Cortes de jamón. Cartografías de un alimento simbólico

Cuts of ham. Cartographies of a symbolic food

Evelina Zurita-Márquez¹: Universidad de Málaga, España.

zurita@uma.es

Francisco Manuel Llorente-Marín: Universidad de Málaga, España.

llorente@uma.es

Fecha de Recepción: 07/05/2024

Fecha de Aceptación: 05/08/2024

Fecha de Publicación: 27/09/2024

Cómo citar el artículo

Zurita-Márquez, E. y Llorente-Marín, F. M. (2024). Cortes de jamón. Cartografías de un alimento simbólico. [Cuts of ham. Cartographies of a symbolic food]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 01-20. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-849>

Resumen:

Introducción: Esta indagación se enmarca en el triángulo de la producción, distribución y consumo, centrándose en un alimento emblemático de nuestra geografía: el jamón de cerdo. Concretamente abordamos desde la Antropología de la alimentación un aspecto relacionado con el consumo de este referente gastronómico: el corte. Pretendemos adentrarnos en este aspecto, pues ha sido poco o nada abordado en los estudios sobre el jamón. **Metodología:** Es de tipo cualitativo y utilizamos como técnicas fundamentales de investigación etnográfica la observación y la entrevista en profundidad. **Resultados:** Nos acercamos a los principales tipos de jamón de nuestro país y sus calidades, e identificamos distintos tipos de corte y los principios en los que se anclan cada uno de ellos. **Discusión:** Problematizamos sobre la patrimonialización del jamón, la hegemonía y subalternidades de los cortes, así como la experiencia lujosa y expectacular en la que se está convirtiendo. **Conclusiones:** El corte de jamón es un eje desde el que analizar valores sociales vinculados a este simbólico alimento. Esta es una investigación inicial desde la que nos planteamos otros horizontes de indagación futura, por ejemplo, la presencia de la mujer cortadora, así como la sostenibilidad ecológica y social de nuevas actividades que tienen como eje la espectacularización en nuestras sociedades de consumo.

¹ Autor Correspondiente: Evelina Zurita Márquez. Universidad de Málaga (España).

Palabras clave: Antropología de la alimentación; Corte; Espectáculo; GO; Innovación; Jamón; Memoria; Patrimonialización.

Abstract

Introduction: This inquiry is framed within the triangle of production, distribution, and consumption, focusing on an emblematic food of our geography: pork ham. Specifically, we address from the Anthropology of food an aspect related to the consumption of this gastronomic reference: slicing. We aim to delve into this aspect, as it has been little or not at all addressed in studies on ham. **Methodology:** This is a qualitative study utilizing fundamental ethnographic research techniques, such as observation and in-depth interviews. **Results:** We explore the main types of ham in our country and their qualities, identifying different types of slicing and the principles behind each one. **Discussion:** We problematize the heritagization of ham, the hegemony and subalternities of the slicing methods, as well as the luxurious and spectacular experience it is becoming. **Conclusions:** The slicing of ham is a lens through which to analyze social values linked to this symbolic food. This is an initial investigation from which we envisage other future research horizons, such as the presence of female slicers and the ecological and social sustainability of new activities centered on the spectacularization in our consumer societies.

Keywords: Anthropology of food; Slicing; Spectacle; GO; Innovation; Ham; Memory; Heritagization.

1. Introducción

La comida no es una mera actividad biológica. La comida es mucho más que un conjunto de nutrientes elegidos con una finalidad dietética o económica. Además, nos vincula con un territorio, con un grupo humano, con unas costumbres, con unos símbolos, etc. Comer es un fenómeno social y cultural y podemos calificarlo como “hecho social total”.

Nuestra indagación se enmarca en el triángulo de la producción, distribución y consumo. Está centrado en aspectos de este último y referido a uno de los alimentos emblemáticos de nuestra geografía (aunque no es exclusivo de ella): el jamón de cerdo.

En este artículo nos acercamos al jamón como un alimento que ha acompañado las mesas de la península ibérica desde hace más de veinte siglos y cuyo recorrido histórico ha sido intenso y variado. Según Gázquez (2007), el jamón ya estaba presente en la Iberia prerromana. Estrabón (s. I a. C.) en el libro tercero de *Geografía* (2015) dedicado a Iberia, decía que en la mayoría de estos pueblos se hacían excelentes jamones. En cuanto a la conservación y preparación del jamón entre los romanos, Catón decía que se cortaba la pata, se salaba durante cinco días, se oreaba otros dos y se ahumaba en la chimenea otros dos días. El cerdo tuvo gran importancia iconográfica y totémica, incluso llegó a estar en el reverso de medallas consulares.

Si bien el jamón se ha instituido como un alimento con fuertes raíces históricas, con fuerte valor económico, social, político y simbólico, nuestro acercamiento focaliza la atención en un aspecto específico orientado al consumo: el corte. Este ha sido poco o nada abordado desde las ciencias sociales y, concretamente, desde la Antropología de la alimentación. Entendemos que el despliegue de esta necesaria práctica del corte que está dándose desde mediados del siglo XX e intensificándose en las dos últimas décadas del XXI, merece una atención de la que este artículo es solo un acercamiento inicial.

Nos planteamos como objetivos:

- 1) adentrarnos en una cuestión poco o nada abordada en los

estudios sobre el jamón: el corte,

2) analizar nuevas propuestas del corte del jamón fundadas en la tradición e innovación y

3) relacionar significaciones del jamón y corte con valores sociales vigentes.

2. Metodología

El trabajo etnográfico realizado se ha fundado en la metodología cualitativa pues consideramos que esta es la más adecuada para adentrarnos en aspectos poco visibles, no cuantificables ni categorizables. La metodología cualitativa es la más pertinente para atender el nivel de los hechos y de los discursos.

Las técnicas de investigación utilizadas han sido la observación y la entrevista, tanto informal como en profundidad. En la tabla siguiente explicitamos las unidades de observación e informantes que han participado en nuestro trabajo de campo.

Tabla 1.

Unidades de observación e informantes

Unidades de observación	Informantes
Eventos con cortadores: celebraciones sociales (bodas, bautizos, jubilaciones), promoción de marcas de productos (coche y aceite), concurso nacional de corte, espectáculo de corte y eventos de maridajes.	Cortadores profesionales de jamón, asociados y no asociados, participantes y no participantes en concursos y también que imparten cursos de corte para instituciones.
Establecimientos de venta de jamón: tiendas <i>gourmet</i> especializadas en jamón en piezas y cortado.	Profesionales de establecimientos de venta de jamón.
Establecimientos de restauración: bares y restaurantes con el jamón cortado como uno de los platos más demandados.	Profesionales de establecimientos de restauración con el jamón cortado en carta.
Secaderos de jamón con observación del proceso de preparación de jamones para el secado.	Empresarios y trabajadores de secaderos de jamones.
Conferencias y charlas sobre el corte de jamón	Miembros y cargos de la Asociación Nacional de Cortadores de Jamón
Proceso de fabricación de jamonero vertical llevado a cabo por su inventor.	Diseñador, artesano y distribuidor de jamonero vertical.
Proceso de corte en domicilios particulares.	Consumidores de jamón de cerdo blanco e ibérico.

Fuente: Elaboración propia (2024).

3. Resultados

3.1. Apuntes sobre el jamón

La geografía española se ha convertido en un centro neurálgico de la producción de jamón. Existen otros lugares en el mundo, pero las condiciones ecológico-culturales, la propia historia de este alimento en la península y su particular elaboración han hecho posible esta posición privilegiada.

En España se producen dos grandes tipos de jamones de cerdo: el jamón de cerdo ibérico y el jamón de cerdo blanco (con amplia variedad en cada uno de ellos). Según nuestros informantes, ambos jamones poseen calidades supremas, sin embargo, estos pueden tener mayor o menor calidad en función de la raza, el modo de crianza, la alimentación que reciben y el tiempo de curación.

Para distinguir calidades en el jamón de cerdo ibérico se han establecido cuatro etiquetas de colores diferentes.

Tabla 2.

Etiquetaje del Jamón Ibérico

Etiqueta	Raza	Denominación	Criado	Alimentación
Negra	Ibérico 100%	Ibérico de bellota	En libertad	En los últimos 4-5 meses se alimenta con pastos naturales y bellota
Roja	Ibérico 75%- 50%	Ibérico de bellota	En libertad	En los últimos 4-5 meses se alimenta con pastos naturales y bellota
Verde	Ibérico 100%-75% -50 %	Ibérico cebo de campo	En libertad	Alimentado con pastos naturales y con piensos
Blanca	Ibérico 100%-75% -50%	Ibérico de cebo	Estabulado	Alimentados con piensos, cereales y legumbres

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recogidos en García Ortigosa (2023).

En el caso del jamón de cerdo blanco se han establecido tres grandes tipos de calidades en función de su menor o mayor tiempo de curación.

Tabla 3.

Tipos de curación de Jamón Blanco

Denominación	Curación	Criado	Alimentación
Serrano Bodega	10-12 meses	Estabulado	Piensos con alto porcentaje en cereales
Jamón Reserva	12-15 meses	Estabulado	Piensos con alto porcentaje en cereales
Serrano Gran Reserva	De 15 meses en adelante	Estabulado	Piensos con alto porcentaje en cereales

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recogidos en García Ortigosa (2023).

La producción de los distintos tipos de jamones aquí expuestos está especialmente protegida en función de su curación, crianza y alimentación a partir de unos sellos específicos que certifican que un jamón en particular sea de cerdo ibérico o de cerdo blanco, está vinculado con un territorio de origen, se relaciona con un medio ecológico-cultural específico con usos, manejos propios y saberes técnicos precisos para la elaboración de sus derivados cárnicos. En definitiva, existe toda una combinación de saberes y haceres locales con “requerimientos tecnológicos, de higiene y salubridad en la que radica la construcción de la calidad que se oferta bajo la fórmula de marca protegida” (Amaya y Aguilar, 2012b, p. 67).

Para el caso del jamón ibérico, este amparo ecológico-cultural de usos, manejos y saberes queda definido bajo lo que se conoce como ‘Denominaciones de Origen Protegidas’ (DOP). Las DOP de Jamón ibérico en España se despliegan a partir del año 1986 (la primera en aparecer fue Guijuelo en la provincia de Salamanca) hasta cuatro décadas después. Algunas, en este proceso han cambiado de denominación, como es el caso de ‘Jamón de Huelva’ (1998) que a partir de 2017 pasó a denominarse ‘Jamón de Jabugo’.

Tabla 4.

DOP de Jamón Ibérico

Año	DOP	Lugar
1986	Guijuelo	Provincia de Salamanca
1990	Dehesa de Extremadura	45 municipios de Cáceres y 40 de Badajoz
1998	Jamón de Huelva. A partir de 2017 Jamón de Jabugo	31 términos municipales de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche (Huelva)
2003	Los Pedroches	32 municipios de Córdoba

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recogidos en García Ortigosa (2023).

El jamón de cerdo blanco, por su parte, posee una Denominación de Origen Protegida (DOP) y dos Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP). La DOP corresponde al ‘Jamón de Teruel’ que obtuvo la acreditación de sus actividades de certificación en 2011. Sin embargo, en 2014, el Consejo Regulador solicitó a la Unión Europea una modificación del pliego de condiciones para incorporar también a la ‘Paleta de Teruel’ como producto con Denominación de Origen Protegida. Desde entonces, es conocida como Jamón de Teruel/Paleta de Teruel. Esta DOP incluye geográficamente las zonas bajas de la provincia de Teruel, desde Matarraña y el Bajo Aragón, hasta las sierras de Albarracín, Gúdar-Javalambre y Jiloca.

La IGP ‘Jamón de Trevélez’ fue inscrita y publicada por primera vez en el diario oficial de Unión europea en el año 2005. Sin embargo, en el año 2013, el Consejo regulador de la Indicación Geográfica Protegida ‘Jamón de Trevélez’ también presentó una solicitud de modificación del pliego de condiciones de la IGP. Actualmente siguen vigentes y rigen la producción del ‘Jamón de Trevélez’. La IGP delimita geográficamente los municipios de Trevélez, Juviles, Busquistar, Pórtugos, La Taha, Bubión, Capileira y Bérchules, todos en la provincia de Granada.

El ‘Jamón de Serón’ consiguió la IGP en 2014 y comprende como territorio de producción, exclusivamente, los límites de su término municipal, ubicado en la cabecera del valle del río Almanzora, entre la Sierra de Los Filabres y la Sierra de las Estancias (Almería).

Tabla 5.*DOP e IGP de Jamón Blanco*

DOP/IGP	Año	Denominación	Lugar
DOP	2011	Jamón de Teruel	Teruel y provincia
IGP	2005	Jamón de Trevélez	Trevélez y 7 municipios más (Granada)
IGP	2014	Jamón de Serón	Serón (Almería)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recogidos en García Ortigosa (2023).

Hoy en día, es difícil disociar la producción de jamón en nuestro país sin hacer referencia a cómo se corta y al modo en que el jamón se presenta para su degustación. Tendremos oportunidad de abordarlo en las discusiones de este artículo, pues durante nuestro trabajo de campo etnográfico hemos comprobado que uno de los pilares de anclaje que sustenta en la actualidad la industria del jamón tiene que ver con el corte y presentación de este.

3.2. El corte y sus derivas

El modo en el que el jamón ha sido cortado en nuestro contexto ecológico-cultural ha variado con el paso de los siglos. Se dice que en la antigüedad el jamón se cortaba en tacos y a tajadas. El jamón a tacos y a tajadas se empleaba en cualquier tipo de comidas. En la década de los sesenta del siglo XX se comenzó a cortar en lonchas finas para buscar mayor rentabilidad de la pieza, innovación y distinción. En España, según algunos de nuestros informantes, tuvo que ver con la llegada de *boom* turístico y la ‘necesidad’ de aprovechar más la pieza y presentar este alimento de una forma más estética y armoniosa, acorde con las nuevas normas y patrones de restauración que empezaba a dictar la industria del turismo. El nuevo corte en lonchas hizo pasar al jamón de ser un producto consumido en el ámbito privado y asociado a las matanzas domésticas a convertirse, también, en un producto *gourmet* de consumo más especializado.

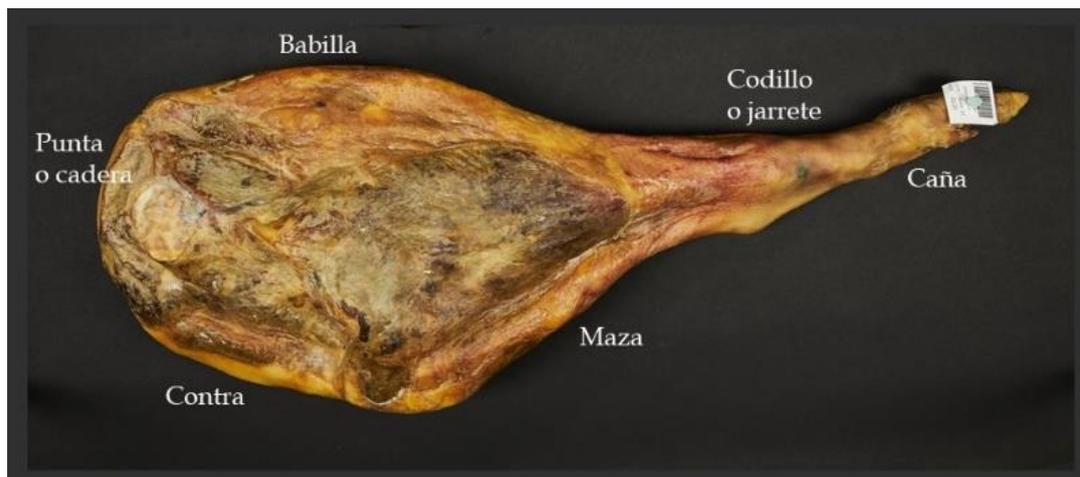
El año 1992 fue clave en este proceso de transformación del corte de jamón, porque es cuando se introduce e innova en el instrumental de corte y otros utensilios (soportes jamoneros, pinzas, chairas, etc.) y, a la par, aparece una nueva figura fundamental, el maestro cortador. El oficio de cortador de jamón es ya considerado una profesión legalmente reconocida desde el 21 de abril de 2023.

En la década de los noventa del siglo XX, el corte empieza a determinar la experiencia sensitiva, gustativa, olfativa y visual del jamón. El loncheado se convierte en el corte más extendido. Se construyen discursos acerca de la importancia del corte a la hora de degustar carne de jamón o paletilla, hasta el punto de que el corte se convierte en toda una liturgia y el maestro cortador en un exponente representativo indisociable del jamón y de su industria. Muestra de ello son los innumerables eventos, concursos, cursos o tutoriales que se encuentran sobre el corte, incluso, DOP e IPG que tienen a sus propios cortadores de jamón.

El nuevo corte de jamón que se inaugura en el siglo XX requiere de un aprendizaje minucioso de las partes que lo componen, para así poder extraer el máximo aprovechamiento del producto. No solo desde el punto de vista de la rentabilidad de la pieza, sino también de una máxima exploración de sus características organolépticas: sabor, olor, color, textura, etc. El conocimiento exhaustivo de este alimento es requisito en cualquier cortador que se precie.

Figura 1.

Partes del Jamón



Fuente: Elaboración propia a partir de fotografía cedida por García Ortigosa (2024).

- La maza es la parte más jugosa, sabrosa y aromática del jamón. De esta parte es de donde se consiguen más lonchas.
- La babilla es una parte más curada que la maza y, por tanto, menos jugosa que esta. Sus aromas son menos intensos. La mayoría de los cortadores profesionales comienzan el corte de la pieza por esta parte.
- La punta o cadera es el extremo más grueso del jamón. Esta parte tiene mayor contenido de grasa en el cerdo ibérico.
- La contra también suele estar más curada que la maza. Su corte suele comportar mayor dificultad y las lonchas son más pequeñas y vistosas.
- El codillo o jarrete es la parte más dura y fibrosa. Está cerca de la pezuña. En el corte clásico se suele cortar en tacos. García Ortigosa también los corta en bastoncillos (corte alargado).
- La caña es la parte más pegada a la pezuña del cerdo. Esta parte, como el codillo, es muy fibrosa y el corte clásico suele ser en tacos o en trocitos para guisos.

Como indicamos anteriormente, el proceso de transformación que ha sufrido el corte también ha supuesto un cambio en los utensilios que se utilizan para este. La búsqueda de sofisticación en el corte de jamón para buscar el máximo aprovechamiento y la máxima experiencia organoléptica y estética, ha hecho que aparezcan nuevos instrumentos que hacen más fáciles y versátiles las nuevas formas de cortar y presentar el jamón. Desde distintas bases (jamóneros) para apoyar la pieza y hacer así su corte más fácil y simétrico, hasta la significativa variedad de cuchillos e instrumentos antes inimaginable. Por ejemplo, entre los cortadores profesionales, e incluso cada vez más en el ámbito doméstico, ya no solo se utiliza el tradicional cuchillo jamonero que antaño se usaba para todo, sino que existe un cuchillo, diferente y exclusivo, para el corte de cada una de las partes de la pieza.

- a) Jamonero/jamonera/tabla jamonera para sujetar el jamón. Diferenciamos dos tipos: el jamonero más comúnmente utilizado en el que el jamón se coloca horizontalmente y el denominado 'jamonero vertical'.

Figuras 2 y 3.

Jamonero vertical y Jamonero convencional



Fuente: Elaboración propia (2024).

- b) Cuchillos y otros elementos para el corte:

b.1. Cuchillo cebollero o de cocina: cuchillo de hoja fuerte y ancha para limpiar la pieza y prepararla para el corte específico.

b.2. Cuchillo de punta: más corto de hoja y fuerte para cortar hueso (si hiciera falta en el tipo de corte que se lleve a cabo). No suele ser flexible.

b.3. Cuchillo jamonero: de hoja larga y flexible para corte preciso. Utilizado exclusivamente para el corte específico.

b.4. Cuchillo de puntilla con hoja muy pequeña y no flexible. Se utiliza para marcar la corteza exterior.

b.5. Pinza de corte o guantes para coger y colocar la loncha de jamón cortado.

b.6. Chaira y piedra para afilar cuchillos.

En nuestro trabajo de campo hemos encontrado varios tipos de corte y con distintos orígenes, funciones y significaciones:

- Corte antiguo: en tacos o en tajadas. Este corte era propio para comerlo sobre pan y cortándolo con la navaja (al modo como los campesinos lo llevaban al campo para comer entre faena y faena). Popularmente conocido como "entre pan y deo". También

cortes en loncha gruesa y alargada utilizada para guisos y para freírla. El jamón se solía cortar apoyado en algo y sobre la propia mano. Aunque es un corte en desuso, aún se puede encontrar en algunos locales de restauración populares como el bar Las Teresas de Sevilla, donde su célebre camarero corta así el jamón, dejado caer en una antigua balanza inutilizada y con la punta del jamón en su pecho.

- Corte “de guita”: este corte consiste en rebanar el jamón colgado verticalmente. El corte sigue las líneas de fibra y de grasa.
- Corte clásico: a este corte también se le denomina ‘tradicional’, pero su historia es corta y data de los años 60 del siglo XX. Según algunos informantes vendría de la mano del *boom* turístico. Este corte, al mezclar en la misma loncha diferentes músculos del jamón, produce como resultado una mixtura de sabores. Es un corte en horizontal y se corta en lonchas cortas, muy finas y homogéneas buscando sabores y aprovechamiento de la pieza. Esta búsqueda del aprovechamiento hizo que apareciera el llamado tercer corte, que se inicia a principios de los 2000. Este tercer corte consiste en, cuando está casi en el hueso la pata, cortar desde la punta hasta el jarrete transversalmente (es decir, lo que se llama ‘cortar contra el hueso’). Este corte lo practican la mayor parte de los cortadores profesionales y también es habitual en los concursos.

Figuras 4 y 5.

Corte clásico



Fuente: Elaboración propia (2024).

- Corte vertical: consiste en el corte transversal de principio a fin de toda la pieza de jamón. Este corte es posible gracias al denominado “jamonero vertical” diseñado, patentado, fabricado y distribuido por Diego Muñoz, hostelero y artesano de Campillos (Málaga).

Figuras 6 y 7.

Corte vertical



Fuente: Elaboración propia (2024).

Su autor nos da las tres claves de su jamonero: 1) seguridad, 2) aprovechamiento de la pieza y 3) sabor. Según Diego Muñoz, el jamonero vertical garantiza más la protección física del cortador, evitando daños indeseables. Por otro lado, insiste su inventor en que el rendimiento de la pieza es mayor y que, si no es cortada en su totalidad, se conserva mucho mejor: “al estar el jamón en situación vertical se va deslizando la grasa desde la punta hacia al jarrete”. Otros informantes que utilizan este jamonero vertical insisten en que las propiedades organolépticas del jamón se aprecian mucho más con este corte, pues una misma loncha contiene una mezcla y equilibrio de sabores de distintas partes de la pieza.

- Corte a máquina: cuando hablamos aquí específicamente del corte a máquina no nos referimos a las piezas ya preparadas industrialmente para el corte. Nos referimos al corte de la pata del jamón una vez deshuesada o, como algunos de nuestros informantes denominan a esta acción, “desmontada o desarmada”. Este deshuesado se suele realizar en el momento previo al corte de la pieza y suele ser en su totalidad, bien para un evento, bien para envasarlo al vacío de cara a su conservación o transporte. Los cortadores que realizan el corte a máquina insisten en que este no afecta al sabor ni a la calidad del producto cortado. Sin embargo, la mayoría de los cortadores entrevistados realizan el corte a cuchillo y califican el corte a máquina como “un atentado” puesto que, según ellos, afecta al sabor, textura, etc., al “quemarse” levemente la loncha por efecto del calor de la cuchilla. Por otro lado, cuando la conservación se hace en plástico con un espacio de tiempo prolongado entre el corte y el consumo, la calidad organoléptica del producto merma. El corte a máquina facilita la homogeneidad de las lonchas y, por lo tanto, una presentación estética más fácil y milimétrica frente al corte a cuchillo que algunos denominan “artesanal”.

Figura 8.

Corte a máquina y envasado



Fuente: Elaboración propia (2024).

- Corte GO: es corte muy fino, separando partes y músculos del jamón. Se busca diferenciar sabores y no tanto la perfección de las lonchas ni su homogeneidad. Emilio García Ortigosa, artífice de este corte, ha conseguido separar hasta treinta sabores y texturas diferentes en algunos jamones a través de lo que el identifica como "corte GO". Este estilo de corte tiene como uno de sus principios separar sabores.

Figuras 9, 10 y 11.

Corte GO y fusiones



Fuente: García Ortigosa (2023).

Uno de los fundamentos de este corte es que cada jamón es diferente y su multiplicidad de sabores depende de la alimentación (bellota, castaña, dátiles, pienso, etc; incluso señala que si el propio cerdo prefiere las bellotas más amargas o más dulces, también tendrá un efecto sobre el sabor), de la curación y de la posición (zonas de corte). La curación no solo refiere el tiempo de curación, sino también las condiciones de curación: los hongos y mohos sobre los jamones, dice García Ortigosa, es una cuestión poco estudiada en cuanto a su papel en el sabor. También el aire y clima de cada zona geográfica condiciona la curación. Además, para García Ortigosa, es fundamental la vida feliz del cerdo.

Figura 12.

Corte García Ortigosa (Corte GO)



Fuente: García Ortigosa (2023).

García Ortigosa es conocido en el mundo del jamón como un innovador en el estilo de corte, reconocido a nivel nacional e internacional.

El corte GO se sustenta en cuatro pilares: 1) separación muscular (proporcionan de treinta a cuarenta sabores diferentes), 2) maridajes y fusiones con elementos de gastronomía internacional (García Ortigosa tiene consolidadas hasta trescientas cincuenta diferentes), 3) oratoria del cortador y 4) espectáculo.

4. Discusión

4.1. Jamón y patrimonialización

El jamón es calificado con frecuencia como “el rey de la gastronomía española”. Se aduce esto por varias razones: los anclajes ecológico-culturales de su producción, distribución y consumo, la vinculación con su intensa trayectoria histórica, sus valores simbólicos, etc.

El jamón no puede producirse en cualquier territorio, necesita unas condiciones muy específicas para la producción del cerdo, máxime si se trata del denominado ‘ibérico’ (en algunas zonas conocido popularmente como ‘cochino negro’). Si bien como hemos señalado esta nomenclatura abarca varias razas y mezclas, crianza, alimentación, etc. también son necesarias unas condiciones muy específicas para el salado y el secado, momentos fundamentales del proceso de elaboración.

Siguiendo a Espeitx, “Los productos de la tierra” representan “la tradición, la continuidad con el pasado, la acumulación, a lo largo del tiempo, de conocimientos empíricos transmitidos y

testados de generación en generación. También serían exponentes de la vinculación con un territorio, con un paisaje físico y social, en definitiva, con una sociedad con la que se identificaría y que les identificaría” (Espeitx, 2011, p. 119).

El jamón cumple con estas condiciones que permite calificarlo como ‘producto de la tierra’ pues:

- a) Es producido en determinados espacios y su producción y elaboración se remonta a un pasado lejano.
- b) Puede decirse de él que es un producto tradicional, pues tanto la producción del cerdo como su elaboración se han convertido en una tradición en espacios muy determinados.
- c) Sus procesos de elaboración albergan una larga trayectoria y se transmiten de generación en generación, con modificaciones, pero con un poso de memoria compartida de saberes y haceres, importante.
- d) Es un producto evocador de una herencia común.

El jamón es un claro ejemplo de un alimento que cumple con los imaginarios asociados a los denominados ‘productos de la tierra’ (Espeitx, 1996), porque “vincula al lugar, aporta seguridad y es percibido como garantía de calidad” (Hernández-Ramírez, 2018, p. 3):

- 1) Imaginario de ruralidad: el jamón evoca ruralidad, campo, producción artesanal, asociado a supuestos valores del mundo rural: estacionalidad, lentitud, saberes y haceres tradicionales, etc.
- 2) Imaginario asociado a otros terruños: el jamón es representado como un alimento que ‘gusta’ a cualquiera que lo prueba. Comerlo evoca conectar con esas formas tradicionales y artesanales de producción del cerdo y de elaboración, aunque no siempre es real.
- 3) Imaginario vinculado al propio terruño: el jamón se asocia en la península ibérica a algo ‘nuestro’, promoviendo un ‘nacionalismo alimentario’ ligado a la idea ficticia de ‘comunidad alimentaria’.
- 4) Imaginario asociado a una comunidad ideal: el jamón sirve de vehículo para construir este imaginario promovido para y desde el turismo.
- 5) Imaginario asociado a la salud: esta está siempre presente. El jamón se asocia con producto artesanal, natural, sano (incluso recomendado profilácticamente por médicos, nutricionistas y dietistas).
- 6) Imaginario asociado al placer: el jamón se instituye como uno de los alimentos más placenteros. Su textura, olor, sabores son potenciados en los relatos y narrativas tanto domésticos como en círculos más sofisticados. El jamón es uno de esos productos que se inscriben en ese marco en el que el placer no viene solo por la degustación, sino del conocimiento de calidades, especialidades, lugares donde se producen, etc.
- 7) Imaginario asociado al prestigio: que viene por los conocimientos del territorio, de la tradición, de la elaboración, de las gentes que habitan esos territorios donde se produce

y elabora y, por tanto, se dispone de información privilegiada y de unos tipos de relaciones sociales, muchas veces, inespecíficas, que favorecen un acceso a productos de calidad (desconocidos para la mayoría de los consumidores). Estos conocimientos y accesos al consumo, incluso precios especiales, privilegian y, por tanto, son un signo de diferenciación social, un signo de distinción. El acceso a estos productos en el lugar de producción aporta un plus de distinción y prestigio.

El jamón de cerdo, consumido dentro y fuera del ámbito doméstico, se instituye como un alimento asociado a celebración, cotidianeidad, prestigio, según calidades estandarizadas por indicadores de raza, territorio, DOPs, IGP's y por representaciones construidas en los últimos cincuenta años.

Las DOP y "marcas de calidad constituyen espacios de poder, en la medida en que sus Consejos Reguladores señalan la dirección y las características que debe contener toda producción distintiva" (Amaya y Aguilar, 2012a, p. 49), y ha venido a contribuir a la patrimonialización de este peculiar alimento.

La patrimonialización supone un proceso de selección de saberes, prácticas y símbolos que son reorganizados por determinados agentes sociales con intereses muchas veces en conflicto. Esta selección es reinterpretada desde conocimientos, ideologías y valores hegemónicos, muy diferentes de aquellos en los que se gestaron. Sin embargo, se pretenden presentar como una esencia fija, inmutable, ancestral y homogénea (Hernández-Ramírez, 2018).

El jamón es uno de esos alimentos sobre los que se ha producido una intensa patrimonialización. Ha sido utilizado por intereses empresariales, por organismos y gobiernos como referente identitario. La identidad es construida por las ciencias sociales como una categoría analítica para explicar algunas lógicas de cierto tipo de relaciones sociales; sin embargo, es concebida y utilizada como una experiencia individual y grupal dando lugar a un uso utilitarista de la identidad (como dice Freire (2023), utilitarista es a útil como carterista a cartera).

4.2. Hegemonía y subalternidad de los cortes

Los cambios en el campo de la gastronomía en nuestro ámbito cultural han sido intensos y profundos en los siglos XX y XXI. Ya Fischler, en su artículo de 2010, problematizaba acerca de transformaciones desde el desarrollo industrial de la segunda mitad del siglo XX y de las sociedades de consumo desde finales de ese siglo. Hablaba Fischler de cómo la cultura se impone a la sabiduría del cuerpo y cómo la gastro-anomía (remontándose a la anomia durkheimiana) va ganando terreno a la gastronomía.

En este sentido, señalan Conde y Mariano en su libro *Las recetas del hambre* (2023a), que hoy, el estómago se alimenta más desde los ojos que desde la boca. Así, "generaciones más contemporáneas (...) están pensando en comer un plato gustoso, precioso, bonito, que tenga una presentación que acaba siendo tan importante como era antes llenar el estómago" (Conde y Mariano, 2023b, 43:16). Un sistema de comunicación sugiere Roland Barthes, donde la comida "sirve de signo entre los participantes de una población dada" (2006, p. 215). Y esto late en el hecho de que, según Conde y Mariano (2023a):

Las dos Españas enfrentadas seguirían distantes a partir de símbolos y aspiraciones alimentarias durante muchos años después del conflicto. El bacalao de los pobres, con su raspa acartonada, y el jamón para los ricos. Distinciones que se han recordado durante décadas: «Y en lugar de comer el jamón nosotros pues lo comían otros y

nosotros el tocino, lo malo». La valoración del jamón fue tal que se incluyó en las recomendaciones dietéticas de los médicos, sobre todo cuando entendían que el enfermo estaba grave. Aquello de «cuando un pobre come jamón o está malo el jamón o está malo el pobre» servía para señalar estas dos formas diametralmente opuestas de estar en el mundo. (pp. 180).

Este artículo es el inicio de una indagación sobre los usos, liturgias, conductas y situaciones del corte de jamón. Entendemos que a través del corte y en el sistema de comunicación que es la comida, se producen cambios en la significación (Barthes, 2006) del consumo de jamón. En el consumo es donde el corte cobra más sentido. Si bien la producción y distribución del jamón son fundamentales, donde se enfatiza e intensifica el sentido de este alimento es en el nivel de su consumo. Barthes apuntaba también al momento de la transformación y la elaboración, pero este aspecto ha sido, junto a la producción del jamón, abordados en la mayoría de los estudios; sin embargo, el corte, proceso necesario para su consumo, como ya hemos apuntado, ha sido menos analizado. Nos decía Paqui Muñoz de la Asociación Nacional de Cortadores de Jamón que: “Los cortadores son el nexo entre la industria, el jamón y el consumidor. Somos los mejores prescriptores, somos el médico del jamón. El vademécum del jamón nos lo tenemos que saber los cortadores”.

A través del corte y su institucionalización, hemos captado cómo se vincula este alimento con imágenes y representaciones del jamón, a los cortadores como intermediarios (especie de sacerdotes) entre el producto y los consumidores y que, con sus liturgias, promueven “sueños, tabúes, gustos, elecciones y valores” (Barthes, 2006, p. 213).

El trabajo de campo ha puesto en evidencia que en el mundo del corte de jamón es clara la preeminencia de lo estético sobre otros valores. Incluso en los concursos se valora la estética de los cortadores: “El jamón tiene una estética de presentación. También el cortador, su postura, su elegancia, su precisión, sin posturas raras. Tú das un espectáculo cuando estás en un concurso de corte” (Paqui Muñoz. Asociación Nacional de Cortadores de Jamón).

Esta preeminencia de lo estético que señalan Conde y Mariano (2023a) es lo que creemos que también late detrás del rechazo del corte transversal por la mayoría de cortadores profesionales. Si bien buena parte de ellos lo práctica, una vez que se corta la maza y babilla, para aprovechar al máximo la pieza; sin embargo, rechazan de lleno el corte transversal de principio a fin del jamón. Entendemos, por lo que hemos podido observar, que en este corte transversal completo de la pieza con el jamonero vertical, el lucimiento del jamón y la exhibición del cortador es mucho menor. El jamonero horizontal permite que las piezas se puedan presentar durante más tiempo en todo su esplendor y las posturas y gestualidades del cortador quedan más expuestas.

Traemos a colación que los argumentos del artesano que produce el jamonero vertical hacen referencia siempre a cuestiones referidas al ámbito más doméstico, frente a las razones que aducen los cortadores profesionales que siempre están más vinculadas al espacio y ámbito público. El jamonero vertical es inventado por Diego pensando en su función: más seguridad para el cortador/a, (siempre pensando más para la casa, incluso el vídeo promocional está grabado en una cocina doméstica), mayor aprovechamiento de la pieza (se le pueden sacar más lonchas y apurar mucho más el jamón), se puede conservar mejor una pieza ya abierta al estar vertical, pues la grasa va bajando y esto, junto a la mezcla distinta de partes de jamón, proporciona, según Diego Muñoz, una intensificación del sabor. Creemos que no cala entre los cortadores y en la industria del jamón porque para estos el jamón se presenta como un objeto-alimento elaborado, artístico y, por ello, requiere ser percibido con una intención estética, es

decir, percibido en su forma, para su lucimiento, más que para sus funciones (Bourdieu, 1998) nutricionales, de aprovechamiento y de seguridad.

4.3. El corte, experiencia lujosa y espectacular

El *umami* es uno de los cinco sabores básicos (dulce, amargo, salado, ácido y umami). *Umami* procede de las palabras japonesas *umai* (delicioso) y *mi* (sabor). Literalmente, *umami* significa 'delicioso sabor'. Fue descubierto (el glutamato monosódico) en 1908 en Japón por el científico Kikunae Ikeda. Se encuentra en bastantes alimentos, sobre todo en alimentos proteínicos: quesos curados, carnes curadas como el jamón, salmón, anchoas, etc. Es un sabor que se extiende a todo lo largo del paladar, más prolongado que otros tipos de sabores y produce una sensación deliciosa. Este sabor intenso y con alta permanencia en boca, no es la única y exclusiva peculiaridad del jamón en cuanto a sabores.

Los cortadores profesionales entrevistados insisten en la importancia del corte para bucear en diferentes sabores, texturas, aromas y ello desde la memoria. La memoria no entendida como memoria individual noética. La memoria noética o eidética es una memoria consciente, visual, sometida a facultades de ideación que puede provocar el recuerdo deliberadamente a voluntad (García Calvo, 1983). La memoria hiponoética frente a la noética, no proporciona imagen fija o conjunta de datos. A través de esta memoria se puede recordar lo que no sabemos de forma consciente. Ni siquiera se sabe qué se está recordando. Es una memoria fluctuante, secuencial, rítmica. Es una memoria que "ha dejado también algún modo de adherencia o huella que basta para poner en marcha y alimentar la recordación" (García Calvo, 1983: 10), trayendo al momento presente situaciones y vivencias como flashes superpuestos sin una continuidad. Para la memoria compartida los procesos hiponoéticos son fundamentales. Al sabor *umami* se le suele calificar como el sabor de la memoria. Entendemos que esto puede sobrevenir de la intensidad y prolongación de este sabor que favorece la evocación, desde esta memoria hiponoética, de situaciones, vivencias, representaciones y significados sociales compartidos.

Poner en valor las cualidades del jamón se convierte en una experiencia gastronómica, situando al jamón como protagonista de la experiencia. Nuestros informantes cortadores nos insisten en que el cortador debe situarse en segundo plano, el primero es del jamón. Si bien el jamón es el protagonista, el cortador/a se instituye como mediador entre productores y consumidores.

En el corte es tan fundamental la oratoria porque es una práctica cuasi artística a través de la cual se pone en valor un alimento desde aspectos construidos social y culturalmente como simbólicos. Esta construcción artificial necesita, como todas, de una narración que la fundamente y ancle. Esta narración no cuenta tanto la historia del jamón como alimento, como el relato de la experiencia promoviendo imágenes emocionales y vínculos afectivos con el mismo. Para Lipovetsky (2020) el capitalismo necesita conectar productos con emociones, con placeres estéticos y valores afectivos. La emoción es un factor fundamental en la lógica del consumo, es determinante para movilizar la atención y pulsar la toma de decisiones.

García Ortigosa es reconocido dentro y fuera de España como uno de los referentes de innovación del corte. Innovación anclada en la tradición, en el arte, la memoria y la comunicación como vehículo de conexión con el público. En sus espectáculos y eventos promueve otro acercamiento al jamón a través de modos innovadores, incluso transgresores, pero siempre anclado en un profundo conocimiento de los procesos de producción, distribución, consumo y en una experiencia de décadas de investigación sobre el alimento, su preparación, su exhibición, y presentación desde una estética novedosa, la excitación, lo

exótico, a través de las fusiones y maridajes. Con ello, incita al consumo de nuevos modos diferenciados, distintivos y distinguidos de experimentar. No se trata ya tanto de un lujo basado en los objetos, sino de un lujo a través la experiencia (Michaud, 2015).

El corte y sus nuevas formas, representaciones, teatralizaciones y espectacularizaciones, se convierten en nuevas formas de apropiarse del alimento simbólico. No solo es cuestión de degustar un 'Joselito' (uno de los jamones más preciados comercialmente), sino de cómo te cortan, presentan y espectacularizan a través del corte la experiencia degustativa, dibujándose connotaciones de degustación diferente según el evento. Estos signos de distinción, a través del gusto profundizan la diferenciación de grupos sociales, religiosos, económicos y políticos.

5. Conclusiones

Consideramos que la importancia del jamón en la gastronomía y las significaciones de su producción y consumo, hacen del corte mismo una cuestión central a la hora de analizar valores sociales asociados a este alimento simbólico. Como señalamos desde las primeras páginas, este artículo es resultado de un acercamiento inicial a esta práctica del corte.

Nuestro trabajo ha puesto de manifiesto aspectos que tenemos ya como horizontes de indagaciones para futuras investigaciones, entre ellos: el proceso de incorporación de la mujer en la práctica profesional de corte de jamón. Ellas han llegado a este nicho profesional desde hace menos de una década y aunque su presencia es cada vez más visible, aún no alcanzan cotas semejantes en número de profesionales ni en ocupación de cargos directivos en empresas y asociaciones relacionadas con el corte de jamón. Según nuestras informantes se caracterizan por una mayor sensibilidad, otra forma de posicionarse ante el jamón y de tratarlo. De forma que la transmisión de la experiencia al comensal es diferente. Otra de las cuestiones importantes tiene que ver con la sostenibilidad económica, pero también ecológica y social de nuevas actividades que tienen como eje la espectacularización en nuestras sociedades de consumo.

Consideramos que se hacen necesarios desde distintas disciplinas ahondar en investigaciones sobre sabores, nuevos horizontes del corte, nuevas formas de presentación del jamón etc., pero sin olvidar los peligros de la patrimonialización en general y de la gastronomía en particular, motivada muchas veces desde los intereses del mercado y sus procesos de mercantilización, más que desde la sustentabilidad de comunidades humanas y de su memoria.

6. Referencias

- Amaya, S. y Aguilar, E. (2012a). La construcción de la calidad alimentaria. Tradición, innovación y poder en las DOP del jamón ibérico en España. *Revista de Economía Agrícola*, 59(2), 39-52. <http://hdl.handle.net/11441/49467>
- Amaya, S. y Aguilar, E. (2012b). Patrimonializando saberes locales, resignificando tradición e innovación. El caso del jamón ibérico, *Etnicex: revista de estudios etnográficos*, 4, 63-75. <https://acortar.link/3QnnFI>
- Barthes, R. (2006). Por una Psico-Sociología de la Alimentación Contemporánea. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 11, 205-221. <https://www.redalyc.org/pdf/2971/297125210010.pdf>
- Bourdieu, P. (1998), *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Taurus.

- Conde, D. y Mariano, L. (2023a). *Las recetas del hambre*. Crítica.
- Conde, D. y Mariano, L. (2023b, 21 de mayo). *Lechuzas, burros y lagartos. Así era la comida de posguerra*[audio]. Cadena Ser. <https://cadenaser.com/audio/1684658993901/>
- Espeitx, E. (1996). Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra. *Agricultura y sociedad*, 80-81, 83-116. <https://acortar.link/evbGJc>
- Espeitx, E. (2011). Productos 'de la tierra' y alimentos transgénicos: tradición e innovación como atributos valorados y como factores de riesgo. En E. Espeitx y J. Cáceres. *Sabores culturales. Ensayos sobre alimentación y cultura* (pp. 118-158). Montesinos.
- Estrabón (2015). *Geografía de Iberia*. Alianza Editorial.
- Fischler, C. (2010). Gatro-nomía y gastro-anomia. Sabiduría del cuerpo y crisis biocultural de la alimentación moderna. *Gazeta de Antropología*, 26(1), <http://hdl.handle.net/10481/6789>
- Freire, J. (2023). *La banalidad del bien*. Páginas de Espuma.
- García Calvo, A. (1983). *Historia contra tradición, tradición contra historia*. Lucina.
- García Ortigosa, E. (2023). *Anatomía del jamón*. Latinfly.
- Gázquez, A. (2007). El jamón en la gastronomía española. En *IV Jornadas Ibéricas Razas Autóctonas y sus productos tradicionales: innovación, seguridad y cultura alimentaria*, (pp. 263-274). <http://hdl.handle.net/11441/53344>
- Hernández-Ramírez, J. (2018). Cuando la alimentación se convierte en gastronomía. Procesos de activación patrimonial de tradiciones alimentarias. *Revista Cultura-Hombre-Sociedad*, 28(1), 154-176. <https://doi.org/10.7770/cuhso-v28n1-art1236>
- Lipovetsky, G. (2020). *Gustar y emocionar. Ensayos sobre la sociedad de seducción*. Anagrama.
- Michaud, Y. (2015). *El nuevo lujo. Experiencias, arrogancia, autenticidad*. Taurus.

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los/as autores/as:

Conceptualización: Zurita Márquez Evelina; Llorente Marín, Francisco Manuel **Software:** No aplicable **Validación:** Zurita Márquez Evelina; Llorente Marín, Francisco Manuel **Análisis formal:** Zurita Márquez Evelina; Llorente Marín, Francisco Manuel **Curación de datos:** Zurita Márquez Evelina; Llorente Marín, Francisco Manuel **Redacción-Preparación del borrador original:** Zurita Márquez Evelina; Llorente Marín, Francisco Manuel **Redacción-Re- visión y Edición:** Zurita Márquez Evelina; Llorente Marín, Francisco Manuel **Visualización:** Zurita Márquez Evelina; Llorente Marín, Francisco Manuel **Supervisión:** Zurita Márquez Evelina; Llorente Marín, Francisco Manuel **Administración de proyectos:** No aplicable **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Zurita Márquez Evelina; Llorente Marín, Francisco Manuel.

Financiación: Esta investigación no recibió financiamiento externo.

AUTOR/ES:

Evelina Zurita Márquez

Universidad de Málaga, España.

Doctora en Antropología Social por la Universidad de Sevilla. Profesora Asociada de Antropología Social. Miembro del Grupo de Investigación *Etnografía y Mediaciones de Comunicación y Desarrollo (Etnomedia - C, D)*, Grupo PAIDI SEJ-343. Profesora en el área de Antropología Social de la Universidad de Málaga. Es docente del Grado en Ciencias Gastronómicas y Gestión Hotelera, Grado en Criminología, Grado en Estudios de Asia Oriental y Máster de Igualdad y Género. Sus áreas de trabajo e interés se centran en el análisis de problemas desde sus contextos sociales: género y violencia en las parejas, así como estudio antropológico de contextos ecológico-culturales de expresiones sociales: rituales y alimentación.

zurita@uma.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-7086-6593>

Francisco Manuel Llorente Marín

Universidad de Málaga, España.

Doctor en Antropología Social por la Universidad de Sevilla. Profesor Titular de Antropología Social. Miembro del Grupo de Investigación *Etnografía y Mediaciones de Comunicación y Desarrollo (Etnomedia - C, D)*, Grupo PAIDI SEJ-343. Profesor en el área Antropología Social de la Universidad de Málaga. Es docente del Grado en Ciencias Gastronómicas y Gestión Hotelera, Grado en Criminología, Grado en Trabajo Social y Máster de Investigación e Intervención Social y Comunitaria. Sus áreas de trabajo e interés se centran en estudiar la relación entre turismo y desarrollo ecológico-cultural; análisis antropológico-social de rituales festivos y abordaje de la alimentación y la gastronomía como formas sociales de expresión simbólica. También ha realizado indagaciones etnográficas sobre la construcción social de la violencia en contextos fronterizos.

llorente@uma.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-5144-884X>