



XIV CONGRESO DE ANTROPOLOGÍA
VALÈNCIA, 5-8/9/2017

**ANTROPOLOGÍAS
EN TRANSFORMACIÓN:
SENTIDOS, COMPROMISOS
Y UTOPIÁS**

Antropologies en transformació:
sentits, compromisos i utopies

LIBRO DE
ABSTRACTS
POR SIMPOSIOS



ENTRE EL PLACER Y LA SALUD: ETNOGRAFIANDO TENDENCIAS ALIMENTARIAS EN UN PRODUCTO GOURMET, EL JAMÓN IBÉRICO

Santiago Amaya Corchuelo
Universidad de Cádiz

Más allá de lo meramente biológico el hecho alimentario implica prácticas, representaciones, imaginarios y clasificaciones que nos desvelan visiones diversas del mundo. El debate acerca de qué es comer “bien” alude a una escala de valores culturales. Así en el ámbito alimentario de las sociedades complejas se están generando nuevos significados relacionados con el término gourmet, entendido como elección y consumo de alimentos de carácter secundario o no imprescindibles para la alimentación diaria y considerados más como placer o distintivo de clase.

Cuando una parte de la alimentación pertenece al contexto de lo lúdico y/o al de lo saludable, los segmentos más favorecidos económicamente de la sociedad encuentran en la alimentación una fuente de placer y de salud, así como de diferenciación de clase. El discurso sobre estas tendencias es transversal y afecta a la salud, a la economía, al desarrollo rural, a las variantes de acceso a los alimentos, al consumo, a la publicidad, a la producción y distribución agroalimentarias, a incontables manifestaciones y representaciones culturales.

En nuestro contexto alimentario uno de los alimentos que mejor representa lo expresado es el jamón ibérico: un producto dotado de una singularidad basada en la posesión de características cualitativas excepcionales que hunde sus raíces en procesos tecnoeconómicos seculares correspondientes a los territorios y sociedades de dehesa. Por otro lado, constituye un alimento elevado a la máxima categoría de producto gourmet en los foros nacionales e internacionales.

Aquí analizaremos fundamentalmente las percepciones de productores y consumidores en torno a la salud y el placer derivados del consumo de jamón ibérico. Los datos que se presentan forman parte del proyecto (I+D): “Las marcas de calidad en el mundo rural: nuevos retos para productores y consumidores” (CSO2013-42468-P), constituyendo un avance de resultados. Dicha investigación, actualmente en curso, tiene un enfoque etnográfico y una metodología cuantitativa y cualitativa. Hemos realizado 54 entrevistas en profundidad con diferentes agentes sociales, entrevistas estructuradas a una muestra de 201 productores de jamón y un muestreo probabilístico de n=804 consumidores de jamón ibérico en toda España.

VARIABLES como identidad, saludable, dieta, gusto, prestigio, valor, seguridad, frecuencia de consumo, razones o formato de compra de jamón, nos permitirán etnografiar la situación de este alimento elaborando un mapa interpretativo sobre cómo se construye la realidad en torno a la salud y el placer correspondientes al consumo de jamón ibérico.