

ESPECIAL GOURMET

fuera de

SOMMO

Nº 548
12 DE DICIEMBRE
DE 2015

EXPANSIÓN

HERMANO DE PATA NEGRA

INFORME
EL JAMÓN
ELEVADO
A OBRA
DE ARTE



DECONSTRUCCIÓN
ESCUPTÓRICA
DE ALBERTO
BANUELOS SOBRE
UNA PATA FISA.



HERMANO

DE PATA NEGRA

Tras vivir su propia burbuja similar a la inmobiliaria, el jamón vuelve a recuperar sus precios de antaño. Una nueva normativa y los esfuerzos por exportarlo impulsan una *delicatessen* que nos hace salivar.

Por MARTA FERNÁNDEZ GUADAÑO

Fotografías de ÁNGEL BECERRIL

Llega la Navidad con sus inevitables clásicos: el gordo de la lotería, las reuniones familiares, la cena de empresa y los festines gastronómicos. En los últimos años, quienes decidieron vestir la mesa de Nochebuena con el codiciado jamón ibérico lo tuvieron fácil: los precios de esta *delicatessen* nacional habían caído por los suelos y dieron un cierto alivio a unos consumidores cuyos bolsillos estaban maltrechos por la crisis. Pero las tornas han cambiado, el sector comienza a recuperarse y todo apunta a que, en un futuro más que próximo, el pata negra volverá a costar lo que de verdad vale.

Para entender la situación del jamón ibérico conviene que nos vayamos unos años atrás, a los tiempos de bonanza anteriores a la crisis. En aquel momento no solo se gestó la burbuja del ladrillo; también la del ibérico, que explotaría a partir de 2008. Tal y como explica Elena Diéguez, secretaria técnica de la Asociación Española de Criadores de Cerdo Ibérico (Aeceriber): "En los años previos, nuestro sector había crecido desmesuradamente, llegamos a producir cuatro y cinco millones de cabezas, lo que tiró el precio por los suelos. A eso hay que añadir que los productores de cerdo blanco, que se encontraban en horas bajas, volvieron su mirada al porcino ibérico. Se incorporaron ellos también como ganaderos y como industria transformadora. Se generó un excedente, y justo en ese momento llega la crisis y se produce una retracción brutal del consumo. Fue catastrófico".

Las cifras cantan: en 2008 se sacrificaron más de cuatro millones de cerdos ibéricos; cinco años después, tan solo dos millones (4.242.937 cerdos ibéricos frente a 2.034.224). Si nos centramos en el ibérico puro –sin mezcla de cerdo blanco–, en esos años se perdió un 70% de la cabaña: según datos del Ministerio de Agricultura, si en el año 2008 se sacrificaban de ibérico puro 517.000 animales, en el año 2012 esta cifra descendió a 143.000. En el caso del ibérico puro de bellota, el genuino pata negra, si en 2008 se sacrificaban 283.052 animales, en 2012 tan solo 105.065.

GRANDES STOCKS. Ante esa situación, recuerda Andrés Paredes, director gerente de la Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (Asici), "el sector tuvo que autorregularse y a muchas explotaciones no les quedó otro remedio que echar el cierre. La necesidad de liquidez de las industrias llevó a que, en esos años, pudiéramos comprar jamones de muy alta calidad a precios que no se correspondían con la realidad". Así fue: era tal el *stock* que, para poder darle salida, hubo que vender por debajo de coste. Fue la época en la que desde Groupon y similares se podían adquirir lotes de jamones y paletas a precios irrisorios. Fue, aseguran las fuentes del sector, "un auténtico disparate".

FISAN. Procede de la firma de Florencio Sánchez e Hijos, con sede en Campillo de Salvatierra (pedanía a 200 metros de Guijuelo). A su colección Gran Reserva, pertenece la Edición Limitada Añoada 2011 (1.050 euros) de su jamón de bellota, exclusiva selección de 42 jamones escogidos desde su crianza. www.fisan.es

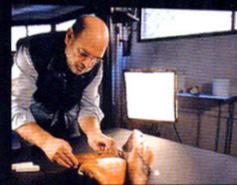
La travesía del desierto parece haber llegado a su fin y hoy el sector –que mueve 1.500 millones de euros anuales, un 10% del conjunto del porcino– intenta tapar los agujeros que dejó la crisis. Tras un lustro de descensos continuados, 2014 fue el año en el que se inició un cambio de tendencia: tímidamente, parece vislumbrarse una recuperación en las fases iniciales –producción y venta de animales–, aunque todavía no tanto en el precio de venta al público. "Lo esencial", asegura Andrés Paredes, "es aprender de los errores del pasado. No tenemos que volver a llegar a una sobreproducción. Para eso, desde la interprofesional vamos dando información de cuántos animales de cada categoría se sacrifican. Se trata de no volver a hacer sobreinversiones". Con él coincide Elena Diéguez, quien advierte de que todavía se está en "una fase de estabilización, sin recuperación plena. Hay mucha incertidumbre, muchas dudas acerca de si las cosas van a ir realmente bien. Porque, además, el consumo no está ni muchísimo menos recuperado".

En ese camino para dejar atrás los números rojos, un factor clave –por el que se está apostando fuerte– es el de la transparencia. En aquellos años de locura y descontrol se abusó tanto del término *ibérico* o *pata negra* que el consumidor terminó por no saber qué era lo que realmente se le estaba intentando vender bajo esas etiquetas. Recordemos que, desde 2007, para poder vender como ibérico un animal bastaba con que su madre fuera de esta raza; el padre podía ser de otra raza mucho más barata (normalmente Duroc). Asimismo, se hacía la vista gorda con respecto a las imágenes de campos, encinas y otros símbolos que incitaban al consumidor a creer que el jamón que se le ofrecía se había criado en dehesa comiendo bellotas. Y eso por no hablar de la confusión en torno a denominaciones de origen como la de Jabugo, que no existe.

PUREZA. Para poner fin a ese caos en enero de 2014 –y siguiendo las directrices de Europa en cuanto a la claridad en el etiquetado de los produc-

tos– se aprobó una nueva legislación encaminada a que el consumidor pueda distinguir a primera vista qué es lo que compra. La nueva Norma de Calidad del Ibérico obliga a indicar la pureza del animal y su alimentación. Así, el término *pata negra* solo puede utilizarse en productos de bellota que sean 100% ibéricos; este jamón, el más selecto, procede de un animal cuyo padre y cuya madre están inscritos en el *Libro Genealógico de la Raza*, para distinguirlo de otros jamones de calidad inferior, lleva un precinto negro. "Es una cuestión de transparencia", explica Andrés Paredes. "Siempre que el producto lleve la etiqueta de ibérico, hay que aclarar el porcentaje de pureza. Si la madre es ibérica y el padre es blanco, se especificará que es ibérico al 50%; si el padre es cruzado, se aclarará que es ibérico al 75%". También se aclara si el animal ha comido bellotas, cebo de campo o pienso. Y no se permite utilizar imágenes o símbolos que evoquen a la bellota o la dehesa si el animal no se ha criado en ese hábitat.

Ahora bien, que nadie vaya al mercado y espere encontrar ya los jamones con sus respectivos precintos y el etiquetado correcto. Para dar tiempo a ▶



ARTE IBÉRICO

"Me resulta un encargo insólito, diría que el más original que he recibido. Acepto encantado". Esta fue la respuesta que dio Alberto Bañuelos a la propuesta de FS de hacer de un jamón una escultura. "Seguí el protocolo: un ensayo en escayola. Y el resultado me fascinó". Pero al tomar la pata reparó en que "la sierra con la que corto la piedra no me iba a valer. Así que acudí a mi charcutero: corte y deshuesado". De allí al estudio del fotógrafo Ángel Becerril "que las pasó canutas por los brillos de la grasa". Tras varias horas, obtuvieron al fin la mejor composición: la que deja la pezuña en el centro de la obra.



► que se agoten las existencias en bodega, el Gobierno ha estipulado un amplio tiempo de aplicación de la norma. De ese modo, los empresarios solo están obligados a etiquetar aquellos jamones que procedan de cerdos que han sido sacrificados tras la entrada en vigor de la ley. "Hay que tener en cuenta el tiempo que tardan los jamones en curarse", recuerda Andrés Paredes. "Todavía pasará un tiempo hasta que todos tengan su etiquetado correcto".

Asimismo, el pasado marzo entró en vigor Ítaca, un sistema reforzado de control de calidad. Su objetivo: identificación, trazabilidad y calidad. La idea es que, desde su nacimiento el lechón de ibérico esté identificado; los ganaderos tendrán que informar del momento en que cambian su alimentación –a bellota, cebo de campo o cebo en granja cerrada–, así como de cuándo lo sacrifican. Así se garantiza la raza, la edad y la alimentación de cada lote de cerdos, lo que supone finalmente una garantía para el consumidor.

BAJÓN EN EL CONSUMO. El sector hace los deberes, pero ahora toca esperar la respuesta del mercado. Desde 2008, según datos de Asici, el gasto total en productos derivados del cerdo ibérico acumula un descenso del 23,83%. Si nos centramos en el jamón, el consumo ha ido descendiendo año tras año: en 2008, nos gastamos 450 millones de euros; en 2014, la cifra se redujo a 327 millones. Esta cantidad representa el 52,16% del gasto total en productos procedentes del cerdo ibérico.

¿Y en el exterior? "La crisis sufrida ha traído como consecuencia la búsqueda de mercados exteriores internacionales, fuera de la Unión Europea, y eso es algo que le viene muy bien al sector. Aun así, no es fácil penetrar en mercados con costumbres distintas o con barreras burocráticas o sanitarias que hoy no tienen sentido", apunta Elena Diéguez.

Lo de las costumbres gastronómicas es algo curioso. Pocas cosas nos alegran tanto la vista a los españoles como una buena pata de jamón con su puzña negra. Pues bien, esta imagen produce desagrado en otros mercados, en los que no resulta apetecible ver cómo se rebanan lonchas directamente de la pata del animal. "Por eso se trabajan más los loncheados fuera de España" –señala Paredes–. "Estamos trabajando en mostrar la cultura del ibérico, pero es cierto que aquí compramos las piezas enteras y en otras zonas, como en Estados Unidos, esto no resulta tan atractivo". En cuanto a China, se especuló con que la apertura de fronteras podría traer consigo un espectacular incremento de la demanda, pero la realidad es que apuestan por otros productos, como la casquería. "Se está introduciendo el jamón en zonas como Shanghai o Pekín, pero despacio. También llevamos tiempo trabajando la exportación a Japón o Estados Unidos, pero no se avanza mucho". En este sentido, desde el sector del ibérico se demanda que se asigne a sus productos un código arancelario Taric, porque cuando se habla de las cifras de exportación del jamón se incluye indistintamente el ibérico y el serrano.

Este año ha llovido tarde pero bien, lo que ha permitido una maduración lenta del fruto y el crecimiento de la hierba. Si las buenas condiciones persisten, desde el sector se confía en que este sea "un año extraordinario, con una calidad francamente buena". Lo desean ellos y nuestro paladar. ◀



JOSELITO. Autodefinido como "el mejor jamón del mundo", es la marca predilecta de Ferran Adrià. De sabor delicado, la untuosa grasa de su Gran Reserva se funde en el paladar. Es famosa su trilogía 2011, 2010 y 2009. Tiene edición de lujo en Joselito Vintage (3.000 euros), ahora en estuche homenaje al violinista Ara Malikian (77 euros/kg). www.joselito.com



CARRASCO GUIJUELO. La empresa salmantina, con casi 125 años de historia, presume de "raza propia" de cerdo ibérico. De textura untuosa y con cierto aroma a frutos secos y madera, tiene un sabor intenso con notas a avellanas tostadas. Su producto estrella es el Gran Reserva de la añada 2011. Precio: 58 euros/kg. www.carrascoguijuelo.com



BOS. La empresa Bertín Osborne Selección presenta una oferta basada en una despensa 100% española a precios asequibles. Procedente de Guijuelo (Salamanca), su jamón ibérico de bellota destaca por su grasa entreverada entre la carne magra y su color brillante debido a "la baja fusión de la grasa de la bellota". Precio: 36 euros/kg. www.bertinosborneseleccion.es



CINCO JOTAS. Con la garantía de una casa creada en 1879 (perteneciente hoy al grupo Osborne), este jamón de bellota 100% ibérico procede de cerdos criados en las dehesas de encinas, quejigos y alcornoques, en Jabugo. Con aroma a bellota y tomillo, su sabor recuerda a avellanas tostadas, flores silvestres y madera mojada. 77 euros/kg. www.cincojotas.com



ARTURO SÁNCHEZ. Criado en libertad en las dehesas del sur de Extremadura y en las sierras del norte de Andalucía, el producto de esta empresa familiar centenaria, que ya cumple la cuarta generación, ofrece un sabor con un arranque dulce que equilibra su salinidad y, a continuación, un delicado amargor. Precio: 55-65 euros/kg. www.arturosanchezehijos.com



SEÑORÍO DE MONTANERA. Formada por más de 60 socios ganaderos de Extremadura, esta firma se ha ganado un prestigio en el ibérico de bellota, desde que se creó en 1992. La añada 2013 presenta sabor intenso y punzante y un equilibrio entre el matiz dulce y la salinidad. Muy tierno por sus 34 meses de maduración. Precio: 37-74 euros/kg. senorio.es



CASA DE SALINAS. Jamón artesanal de alta gama, derivado de una producción realizada en una finca del Parque Natural Sierra de Sevilla, con solo 1.000 cochinos y 2.000 unidades comercializadas al año. Con una curación natural en Guijuelo de más de 40 meses, tiene un sabor con matices a fruto seco con toques a olivo y vid. Precio: 49 euros/kg. casadesalinas.com



COVAP. Cooperativa con más de 150 años de historia en la dehesa del Valle de Los Pedroches, en Córdoba. Alimentado con las bellotas de unas encinas milenarias, sus cerdos 100% ibéricos criados en libertad dan jamones de color ojo púrpura, intenso olor, con un marcado veteado y textura poco fibrosa. Precio: de 46 a 62,90 euros/kg. www.covap.es



FUENTE DE LA VIRGEN. Fundada hace 60 años por Ignacio María Oriol y Urquijo, esta casa cuenta con una dehesa de encinas, alcornoques y quejigos entre la sierra norte de Sevilla y la de Hornachuelos. Con una curación de 33 a 36 meses, la alta infiltración de grasa intramuscular da lugar a un jamón de alta calidad. Precio: 36-44 euros/kg. www.fuentelavirgen.com



JUAN PEDRO DOMEcq. Procede de la ganadería de cerdo 100% ibérico de raza lampiña creada por Juan Pedro Domecq Solís. Abarcan todo el ciclo: desde la crianza en la dehesa Lo Álvaro a su secado natural en la sierra de Huelva. Su punto óptimo de curación (42 meses) se comprueba mediante la cala. Precio: 58-67 euros/kg. www.jamonesjuanpedrodomecq.com



JAMONES BLÁZQUEZ. Elaborado por la firma fundada en 1932 por la familia Blázquez, son piezas llegadas de Peñaranda, Crespos y Guijuelo (Salamanca). De sus cerdos ibéricos sale un Gran Reserva con curación mínima de 36 meses y sabor intenso, con notas derivadas de su alimentación con pastos y bellotas de la dehesa. 48 euros/kg. www.jamonesblazquez.com



ENRIQUE TOMÁS. Empezó hace treinta años con un puesto en el Mercado de la Salud, en Badalona, para crear después su propia marca a través de la compra de ibéricos. Jamones de alta calidad de Extremadura, Valle de Los Pedroches, Guijuelo y Jabugo, comercializados online y en sus propias tiendas. 50-53 euros/kg. www.enriquetomas.com