








Gourmetización y gentrificación: paisajes alimentarios desde la ciudad hasta el campo

Gourmetization and gentrification: Food landscapes from the city to the countryside



-  Dra. María Mercedes Di Virgilio. Profesora investigadora. Universidad de Buenos Aires y Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina). (mercedes.divirgilio@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0002-5801-0784>)
-  Mgtr. María Agustina Frisch. Doctoranda. Universidad de Buenos Aires y Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina). (magustinafrisch@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0002-3999-1927>)
-  Dra. Sara González. Profesora. Escuela de Geografía, Universidad de Leeds (Reino Unido). (s.gonzalez@leeds.ac.uk) (<https://orcid.org/0000-0003-3958-2119>)
-  Mgtr. Sebastián Grenoville. Investigador. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (Argentina). (sgrenoville@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0003-3404-3650>)
-  Dra. Candela Hernández. Investigadora. Universidad de Buenos Aires y Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina). (candehern@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0002-3528-9479>)
-  Dra. Beatriz Nussbaumer. Profesora investigadora. Universidad de Buenos Aires y Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina). (nussbaum@agro.uba.ar) (<https://orcid.org/0009-0001-7139-0005>)
-  Mgtr. José Manuel Vega-Barbero. Doctorando. Escuela de Tierra y Medio Ambiente, Universidad de Leeds (Reino Unido). (jvegabarbero@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0002-5172-678X>)

Recibido: 12/09/2023 • Revisado: 06/11/2023
 Aceptado: 15/03/2024 • Publicado: 01/05/2024

Resumen

El presente artículo busca contribuir al desarrollo y consolidación de los estudios sobre la gourmetización y la gentrificación alimentaria, enfatizando los efectos que estos procesos tienen en ámbitos que exceden a la vida urbana. En ese marco, se propone recuperar los engranajes de la cadena de valor y sus localizaciones –desde los barrios gentrificados hasta las comunidades rurales agrícolas–, indicando los procesos de valorización y desvalorización y cómo estos afectan de forma desigual a los actores involucrados. Se enfatiza sobre este punto estableciendo un diálogo interdisciplinario. A partir de una revisión bibliográfica, el artículo se basa en cuatro casos recuperados de fuentes secundarias y que ilustran la forma en la que operan estos procesos en distintos niveles, territorios y escalas: el café de autor en cuanto símbolo de distinción en los barrios gentrificados; la palta o aguacate a partir de su manifestación gastronómica en el avocado *toast*; el vino, desde la turistificación de su producción hasta las estrategias de valorización en su consumo urbano; y la quinoa, desde el patentamiento de nuevas variedades hasta el desarrollo de mercados que excluyen a amplios sectores de población. Se concluye que el auge de estos alimentos tiene efectos de acumulación del capital por desposesión en los ámbitos rural y urbano, al igual que en los procesos de producción y de consumo.

Descriptor: cadena de valor; espacios urbanos y rurales; gentrificación alimentaria; gourmetización; paisajes alimentarios; procesos de distinción.

Abstract

This article contributes to developing and consolidating research on the connections between food and gentrification while highlighting the effects of these processes in areas beyond urban life. To achieve this, we draw on the concept of value chains connecting gentrified neighborhoods to rural agricultural communities. In this chain, processes of valorization and devaluation are generated, which unevenly affect the actors involved in the production and consumption of food. The paper focuses on the conflicts and contestations along the value chain of gentrification, putting interdisciplinary contributions into dialogue while presenting four cases from secondary sources. These cases are illustrative of how these processes operate at different levels, territories, and scales: signature coffee, as a symbol of distinction in gentrified neighborhoods; the avocado from its gastronomic manifestation as avocado toast; wine, from the touristification of its production to valorization strategies in urban consumption; and quinoa, from the patenting of new varieties to the development of markets that exclude large sectors of the population. The boom in the circulation of these foods has the effect of capital accumulation by dispossession in both rural and urban areas and in both production and consumption processes.

Keywords: value chain; urban and rural spaces; foodification; gourmetization; food landscapes; processes of social distinction.



1. Introducción

En las últimas décadas los bares, restaurantes y tiendas especializadas de comida contribuyeron a cambiar la fisonomía de las ciudades. La cocina *gourmet*, las vinotecas, las cervecerías, los cafés *vintage*, por mencionar algunos ejemplos, jugaron y juegan un rol central en los procesos de gentrificación a nivel global. Así, la comida se ha convertido en un pilar entre los diferentes factores que estructuran los procesos de gentrificación. La literatura académica que aborda estas temáticas todavía está en desarrollo, aunque cada vez hay más investigaciones, sobre todo en Europa y Estados Unidos, dedicadas a las transformaciones de los paisajes alimentarios en las ciudades y a sus impactos en la producción de nuevas formas de segregación y exclusión (Bourlessas, Cenere y Vanolo 2021).

El presente artículo busca contribuir al desarrollo y consolidación de los estudios sobre la gourmetización y la gentrificación alimentaria, aportando un enfoque que relaciona procesos que tienen lugar en ámbitos eminentemente urbanos con otros que ocurren más allá de las ciudades y de los barrios propiamente dichos. Los fenómenos, que podríamos denominar de elitización alimentaria, impactan de manera concomitante en los procesos de consumo —que normalmente ocurren en entornos urbanos— y de producción —asociados a ámbitos rurales o periurbanos—. Con base en esta concepción, con este trabajo se pretende ampliar el debate, estableciendo diálogos entre disciplinas que tienen entre sus objetivos las transformaciones urbanas, el acceso a la alimentación, la justicia alimentaria y los cambios en la industria alimentaria. Estos vínculos nos ayudan a traspasar forzadas barreras disciplinarias y a observar nuevas formas de injusticias sociales y espaciales.

En esta interlocución se da cuenta de los engranajes que se concatenan en la cadena alimentaria y que se localizan entre los barrios gentrificados y las zonas productoras de alimentos. En este encadenamiento en el que se relacionan, técnica y económicamente, desde la producción de materias primarias hasta el consumidor, se generan procesos de revalorización y desvalorización que afectan de forma desigual a los actores involucrados. Mientras las grandes agroindustrias, los conglomerados turísticos o los propietarios de suelo urbano se apropian del valor generado por nuevas tendencias de consumo y producción, los productores y los vecinos de los barrios donde se acaban consumiendo a altos precios los productos *gourmet*, se ven desposeídos o desplazados. Esto conlleva transformaciones directas o indirectas en la composición social de los agentes que no logran subirse al tren de los cambios, así como la llegada de otros actores atraídos por las nuevas oportunidades comerciales y financieras vinculadas a una diversidad de prácticas culturales, económicas y productivas en los lugares de consumo. Apoyado en un abordaje interdisciplinar, nuestro artículo quiere ir más allá, tirando del hilo de la gourmetización para entender de qué forma las transformaciones del paisaje alimentario en las ciudades se relacionan con cambios que inciden en toda la cadena de producción alimentaria.

En este marco surgen las siguientes interrogantes: ¿qué efectos provoca el auge de determinados alimentos gourmetizados a lo largo de la cadena de producción alimentaria?, ¿quiénes y cómo se apropian del valor agregado por la distinción *gourmet* del producto? Para responder a estas preguntas dividimos el artículo en tres partes. En la primera se exponen los postulados teóricos de la gentrificación alimentaria y de la gourmetización de las ciudades, haciendo énfasis en Buenos Aires. En la segunda parte se expande el análisis hacia la agrocadena alimentaria y a los conflictos que generan la gourmetización y la revalorización de ciertos alimentos. Por último, se focaliza en cuatro tipos de alimentos, resaltando los procesos de generación de valor en sus respectivas cadenas productivas y de consumo. Estos casos, que se analizan a partir de fuentes secundarias, son: las nuevas formas de consumo de café y su vínculo con la gentrificación; la producción y el consumo de palta (o aguacate); la diversificación en la producción y en las estrategias de posicionamiento del vino como consumo *gourmet*; y la quinoa, que ha pasado de una producción para autoconsumo por parte de comunidades campesinas e indígenas al desarrollo de variedades patentadas orientadas al mercado internacional.

La metodología utilizada consiste en la revisión de bibliografía especializada. En un primer momento identificamos artículos que en diferentes contextos capturan la relación que existe entre los procesos de gentrificación, el consumo de alimentos y la expansión de la oferta de bares y restaurantes. En ese marco revisamos bibliografía que analiza casos o experiencias en ciudades latinoamericanas y europeas. Esta primera instancia nos sirvió no solo para conceptualizar los vínculos entre gentrificación y gourmetización, también constituyó una base para identificar aquellos consumos que son protagonistas en dichos procesos.

En un segundo momento profundizamos en artículos focalizados en los cuatro alimentos que utilizamos en nuestro análisis, para evidenciar las relaciones entre transformaciones en los espacios urbanos, consumo y producción de alimentos. La revisión bibliográfica nos permitió construir un andamiaje teórico innovador para abordar los procesos de desigualdad que suceden a lo largo de la cadena de producción y consumo de alimentos gourmetizados y que se cristalizan en los entornos urbanos en contexto de gentrificación.

Los cuatro casos abren distintas puertas para comprender la compleja vinculación entre las transformaciones rurales y urbanas asociadas a la producción y consumo de estos alimentos y para desentrañar las relaciones de desigualdad que estos imparten en el ámbito urbano. La elección de los casos se debe a que son productos cuyo consumo urbano está asociado a criterios de distinción, aun cuando sus procesos de producción y valorización pueden ser disímiles. Asimismo, su consumo en los centros urbanos ha aumentado exponencialmente, imponiendo nuevas exigencias y condiciones para su producción, importación y disposición. Por ejemplo, en el caso del aguacate, según la Federación Española de Productores y Exportadores de Frutas

y Hortalizas, el país pasó de importar 34 000 toneladas en 2012 a 76 000 en 2016. Estos datos representan un aumento relativo del 115 % en solo cuatro años. Estados Unidos es el país que más aguacates importa, sin embargo, México es el mayor productor (Méndez 2017).

El caso del aguacate ilustra la relevancia de los otros tres. Por un lado, son alimentos cuyo consumo se articula con formas de distinción social que alcanzan al producto y a los lugares en los que se lo consume (espacios urbanos gentrificados). Por otro, el aumento exponencial de la demanda trae aparejadas nuevas exigencias en términos de producción y restringe, en numerosas ocasiones, su consumo local por la valorización diferenciada que supone el consumo urbano –algo que sucede con la quinoa–. Finalmente, se muestran las múltiples y variadas formas que adquieren las relaciones entre ámbitos de producción y de consumo, entre las que sobresalen la deslocalización o la expansión de las superficies cultivadas.

2. Gentrificación alimentaria y gourmetización de las ciudades

La gentrificación es un proceso de transformación urbana que ocurre a nivel global, aunque con matices locales. Es un concepto arraigado en la literatura académica y en el discurso público en general, sobre todo en el de los movimientos sociales urbanos que buscan poner sobre el tapete los problemas del acceso a la vivienda y del aumento en los costos de la vida que se desprenden de los procesos de gentrificación. En este artículo nos basamos en una definición amplia de este concepto que articula ciertas condiciones básicas que se pueden resumir en cinco ejes centrales: flujos de reinversión de capital; cambios en el paisaje urbano y en sus usos; llegada de agentes –tanto corporaciones como población en general– con mayor capacidad de pago; acceso a los beneficios de la centralidad (puestos de trabajo, servicios e infraestructuras); y el desplazamiento directo o indirecto de población de bajos ingresos y oriunda de las áreas en proceso de gentrificación (Lees, Slater y Wyly 2008; Díaz Parra 2021).

Siguiendo el planteamiento anterior puede afirmarse que la gentrificación es un proceso complejo y variado que toma diversas formas dependiendo del contexto geográfico. Para el caso de las ciudades latinoamericanas existen numerosos debates sobre su aplicación (Díaz Parra 2023). En el presente artículo tomamos como referencia las definiciones más amplias del fenómeno que son capaces de acoger una diversidad geográfica, centrándonos en indagar nuevas formas de gentrificación que han sido poco estudiadas.

Si bien la gentrificación se analizó sobre todo en su vertiente residencial y relacionada con las cuestiones habitacionales, cada vez hay más evidencias de sus efectos en el paisaje comercial y alimentario de las ciudades. La gourmetización se refiere a la elevación de productos gastronómicos que en ciertos contextos son comunes o de

consumo cotidiano a una calidad o estética *premium*, fuera de su contexto original, que conlleva su consumo a precios elevados (González 2018). El proceso involucra alimentos que, aunque de consumo tradicional, se tornan especialidades que pasan a integrar circuitos y prácticas de mercadeo elitistas y excluyentes. Los caminos de estos alimentos no son lineales, en algunos casos se derivan de un mayor conocimiento y difusión de sus atributos, de técnicas de mejoramiento en la producción o elaboración de los mismos (el caso del café), de la promoción del consumo a través programas de cocina, de las tendencias gastronómicas de moda, de las redes sociales, entre otros alicientes que llevan a la gourmetización no solo del producto en sí sino también de su consumo y de las prácticas asociadas. Así, el proceso, asociado a una estetización exagerada de los productos, dota a los alimentos de un valor simbólico que incluye exclusividad, exotismo, lujo, y cuyo consumo es capaz de satisfacer un deseo inalcanzable (Johnston y Bauman 2014).

El proceso de gourmetización confluye con la gentrificación en la medida en que el consumo de alimentos *gourmet* solo es posible a un precio alto y la oferta está orientada a un público particular con códigos de distinción específicos. Enfocarse en un grupo de mayor poder adquisitivo lleva asociado el incremento de rentas que obliga a ciertos comerciantes a subir sus precios, a diversificar su oferta con mayor margen de beneficio o a desplazarse a zonas menos exclusivas. Esto es lo que llamamos gentrificación comercial (González y Dawson 2015; Cocola Gant 2018) que cuando está asociada a la alimentación y a la gastronomía implica la desinversión, el abandono o el cierre de comercios de proximidad que sirven productos alimenticios de primera necesidad o comidas asequibles: bares, restaurantes o cafeterías de barrio que congregan a los residentes en tanto espacios de encuentro cotidiano.

En su lugar empiezan a aparecer espacios destinados a la compra y al consumo de alimentos relacionados con el ocio, con la experiencia propia del consumo –por ejemplo, el café– y que sirven como marcadores de distinción y capital cultural a quienes los frecuentan –esto ocurre con el consumo de la palta o del vino–. Aquí se comercializan productos especializados y valorizados económicamente por su origen, por su escasez o por su relación con tendencias (la sostenibilidad, la salud, las dietas etc.), todo ello magnificado por las redes sociales (Joassart-Marcelli y Bosco 2024). Además, el turismo gastronómico, local e internacional, contribuye a la aceleración e intensificación de los procesos de gourmetización y gentrificación al atraer un tipo de consumidor con recursos económicos y con conocimientos en lo que respecta a la consolidación de gustos y tendencias. En este marco se configuran nuevos paisajes alimentarios que relacionan la alimentación con lugares específicos, con sujetos y con significados (Johnston y Bauman 2014). La aparición de dichos lugares (restaurantes, cafés, puntos de venta y comida preparada) está relacionada con los hábitos de consumo introducidos y buscados por los sujetos gentrificadores. Bridge y Dowling (2001) proponen el concepto de identidad de los gentrificadores para referirse a los

hábitos de consumo que representan un estilo de vida y a la manera que ellos tienen de entenderse a sí mismos.

Con base en la identificación de los rasgos que definen los procesos de gentrificación, cabe preguntarse entonces cómo estos se implican y retroalimentan con la gourmetización. El capital encuentra en la gastronomía un importante nicho de reinversión. En el mítico barrio de Palermo, el más gentrificado de la ciudad de Buenos Aires, un estudio llevado a cabo en el marco de la llamada tercera ola de gentrificación puso en evidencia que entre 1993 y 2002 la cantidad de locales que funcionaban en el barrio había aumentado un 64 %. Este aumento tuvo su correlato en las variaciones del peso relativo de las ramas de actividad a las que se dedicaban los establecimientos emplazados en el barrio.

El sector comercial que en 1993 participaba con 43 %, pasó al 41 % en el 2002, perdiendo la primacía frente al sector servicios, que pasó de representar el 34 % de los locales en 1993 al 42 % en el 2002. Al analizar el sector de los servicios se puede apreciar que la mayor variación positiva se produce en los locales gastronómicos, que entre 1993 y 2002 crecieron un 227 %. La cantidad de restaurantes se incrementó un 313 % en este lapso, convirtiéndose Palermo Viejo en una importante área gastronómica (CEDEM 2003, 11).

20

En este marco, recuperando los aportes de los estudios sobre el acceso a la alimentación y la segregación racial, algunas investigaciones ya están relacionando los conceptos de desierto alimentario con la noción de gentrificación. Este concepto, en principio y con el contexto británico en mente, se refiere a ámbitos territoriales donde se da una ausencia significativa de comercios específicos, impidiendo la adquisición habitual de alimentos y su posterior consumo (Ramos Truchero 2015). Considerando un contexto anglosajón más amplio, el desierto alimentario también incluye la desaparición selectiva de establecimientos comerciales fruto de la reestructuración productiva experimentada por el sector de la distribución alimentaria minorista y del consecuente desplazamiento de sus establecimientos a las zonas periurbanas (Bedore 2013). A la sombra de este término y en el contexto canadiense, ha aparecido otro concepto dentro de los estudios de acceso a la alimentación denominado espejismo alimentario.

El mismo se refiere al reemplazo de los comercios tradicionales y asequibles en los barrios en proceso de gentrificación por supermercados con tinte sostenible, saludable y dirigidos a los nuevos residentes blancos y más ricos, pero que excluyen a los residentes de bajos recursos o afrodescendientes (Monroe Sullivan 2014). Asimismo, la gastronomía realiza una contribución significativa a los cambios en el paisaje urbano y a sus usos.

De acuerdo con Sbicca (2018), en los procesos de gentrificación la comida desempeña un rol similar al de las infraestructuras ambientales. Los propios Gobiernos locales, los desarrolladores, los inversores inmobiliarios e incluso los grupos comunitarios de

base crean o amplían servicios gastronómicos que atraen a residentes y visitantes más ricos y expulsan a los de bajos ingresos. “Esto puede darse tanto en forma de oferta gastronómica como en forma de producción urbana de alimentos” (Sbicca 2018, 9), ya que cualquiera de ellas puede contribuir a la gentrificación alimentaria. Algunos ejemplos paradigmáticos de este tipo de procesos los encontramos en Detroit y Turín, ciudades en las cuales las viejas infraestructuras industriales fueron reconvertidas mediante la agricultura urbana –en Detroit (Hawes, Gounaridis y Newell 2022)– o a través de su desfuncionalización –lo sucedido en Turín (Bourlessas, Cenere y Vanolo 2022)–, en escaparates alimentarios artificiales.

Llegan así a los barrios nuevos agentes con mayor capacidad de pago, ya sea en busca de un nuevo lugar para vivir gozando de los beneficios de la centralidad y de nuevos servicios recreativos, culturales y gastronómicos para consumir o de espacios urbanos sustentables, resilientes al cambio climático, etc. En este marco, los restaurantes, cafeterías, cervecerías, mercados *gourmet* de proximidad, entre otros, también forman parte del proceso gentrificador (Sbicca 2018). Lo que ocurre en estos entornos es la reafirmación simbólica de la autoridad de los grupos más acomodados sobre los barrios otrora obreros, inmigrantes, etc., a través de la residencia o de la introducción de nuevos usos, por ejemplo, el consumo de alimentos. Los nuevos consumos aportan un importante valor simbólico para los recién llegados y conllevan un aumento del valor de los inmuebles comerciales y residenciales (Jones y Varley 2001). Su valor simbólico se construye con base en la combinación de diferentes “ingredientes”.

Por un lado, la movilización de discursos que reivindican los valores de la comida y de la cocina recuperando prácticas, estéticas y consumos ancestrales de la cocina local y de la tradición que, en ocasiones, logran transformarse en marca. Se trata de un verdadero discurso gastronómico que se manifiesta en formas diversas y heterogéneas de textualización de la comida, del gusto, de la alimentación y de prácticas relacionadas (Marrone 2022). Por otro, tenemos la afluencia de nuevos consumidores que no necesariamente conocen dichas tradiciones, pero que las imaginan y están dispuestos a recrearlas en una experiencia *gourmet* que el mercado materializa en un plato o en un recorrido gastronómico (Loda, Bonati y Puttilli 2020). Los residentes de estos barrios, muchas veces inmigrantes y de clase trabajadora, con su trabajo y el conocimiento de sus tradiciones gastronómicas, involuntariamente generan las condiciones para la gentrificación. El resultado, cuando no median acciones afirmativas por parte de los Gobiernos locales, es que son desplazados por el aumento de los precios de las rentas residenciales y comerciales (Joassart-Marcelli 2021).

Por tanto, las políticas públicas constituyen un factor clave en los procesos de cambio y en la transformación de áreas centrales y pericentrales en las ciudades del mundo capitalista –en el Norte y en el Sur Global– traccionadas por la gourmetización. En un clima de “neoliberalización” de nuestras ciudades y de crecimiento de

las grandes corporaciones multinacionales, lejos de ser “naturales” estas tendencias se relacionan directamente con opciones y decisiones políticas y económicas. Este proceso es evidente en el caso de los mercados públicos de abasto, que en muchas ciudades de Europa y de América Latina han sufrido una desinversión activa como parte de unas marginación y desinversión más generalizadas en servicios y espacios municipales. Al mismo tiempo, estos mercados también están resurgiendo en tanto espacios de consumo y de ocio destinados a turistas o visitantes ocasionales atraídos por productos *gourmet*. Esta gourmetización de los mercados de abasto forma ya parte del repertorio internacional de prácticas gentrificadoras en las ciudades (González 2018).

En numerosos casos estas iniciativas se articulan con otras vinculadas a la revalorización del patrimonio histórico en general y de los centros históricos en particular, que promueven procesos de turistificación. De hecho, en estos casos la revalorización del patrimonio histórico opera en forma de catalizador del proceso de gentrificación (Salinas Arreortua 2013) al generar espacios atractivos para el turismo y para la gourmetización, fenómeno que puede observarse en varias ciudades latinoamericanas: Cuenca en Ecuador, Cusco en Perú, Buenos Aires en Argentina, Santamarta en el caso de Colombia y Porto Alegre y Salvador de Bahía en el de Brasil. El proceso de transformación incluye cambios materiales que involucran elementos arquitectónicos y patrimoniales significativos del entorno ciudadano, los cuales están acompañados por un discurso moral que subraya la necesidad de valorizar el espacio urbano (Jones y Varley 2001).

Ante este escenario de gestión urbana, una creciente inversión privada se hace notar en establecimientos comerciales, hoteles, museos, tiendas de ropa, conformando lo que para Bromley y Mackie (2009) es una “elitización” del espacio público, así como de la actividad comercial, dos dimensiones del proceso de gentrificación que caracterizan a ciudades [de diferentes latitudes] (Salinas Arreortua 2013, 287).

El turismo gastronómico juega un rol clave en estos procesos. A fin de atraer a los *foodies* –turistas gastronómicos con alto poder adquisitivo–, los comercios y espacios de consumo y venta de alimentos se adaptan y cambian su oferta. Según González (2018, 3), en muchas ciudades españolas ciertas zonas y barrios se convierten en una especie de parque temático *foodie*: “por lo general se suele tratar de barrios centrales que antes aglutinaban a clases bajas/medias e inmigrantes y que, por su centralidad, bajos precios del suelo y patrimonio arquitectónico atraen a los visitantes y nuevos negocios”. Del Romero Renau y Lara (2015) muestran la manera en la que el barrio de Russafa (Valencia) ha ido perdiendo el comercio de proximidad, reemplazado por lo que ellos llaman comercio “gentrificador”. En Sevilla la tematización de la actividad comercial en forma de bares impactó negativamente en la oferta de otros tipos de negocios de cercanía (Berraquero Díaz 2016).

La gentrificación mediante la comida o gentrificación verde (Sbicca 2019) impacta también en la dotación más amplia de servicios e infraestructuras. Según el autor la apertura de nuevos comercios y restaurantes alienta a las agencias inmobiliarias a adueñarse de viviendas para alquiler turístico. De este modo, la comida se convierte en vehículo no solo para los turistas de tránsito, sino también para los nuevos vecinos.

A partir de aquí, en los nuevos contextos la afluencia del turismo y la de los llamados *foodies* se ven atraídas por las bondades de la gourmetización que progresivamente ocupa partes importantes de las ciudades, transformándolas en zonas elegantes adecuadas para los consumos *gourmet* y asegurando no solo una oferta de restaurantes y bares para dichos consumos, sino también otra oferta residencial y el desarrollo de infraestructuras para el alojamiento de los nuevos turistas o residentes. Así, los barrios se llenan de bistrós, de bares y restaurantes, de hoteles *boutique*, de departamentos de alquiler temporal para sectores de alto poder adquisitivo, ya sean nativos o extranjeros, al tiempo que merma la población residente. En ese marco, la comida se convierte en una parte fundamental de la experiencia turística, transformando importantes áreas de las ciudades en espacios de ocio y de consumo (Loda, Bonati y Puttilli 2020).

En estos procesos algunos alimentos parecen ser protagonistas. El café es significativo por la proliferación tanto de cadenas globales de cafeterías en todas las ciudades importantes como por cafeterías independientes y especializadas que surgen en los barrios de moda, recuperando la diferenciación que realizan Zukin et al. (2009) entre el capital de grandes empresas y el emprendedor. La palta se ha convertido en el producto simbólico de la tendencia *hipster*, mezclando discursos de comida saludable y sostenible con la estetización de su consumo en el avocado *toast* (tostadas untadas con aguacate). El vino se asocia a la emergencia de la vinoteca como espacio especializado y de distinción en la ciudad, donde se compite por entender de cepas y de sellos geográficos. Por último, la quinoa se vende en restaurantes vegetarianos o en tiendas especializadas de productos éticos, de comercio justo o saludables, espacios que proliferan en barrios gentrificados.

3. Revinculaciones entre los procesos de consumo y la producción de alimentos

A fin de profundizar en la comprensión de las articulaciones entre el consumo y la producción, debemos tener en cuenta que los alimentos *gourmet* son muy diversos, al igual que las tendencias culinarias (Murdoch y Miele 2004), gastronómicas y las condiciones sociales, económicas y geográficas que regulan su circulación a lo largo de la cadena. Los procesos de construcción y reconstrucción de los patrones de consumo que se cristalizan en los espacios urbanos gourmetizados encuentran un espejo en los ámbitos rurales. El control de la tierra y de los alimentos se torna un elemento

fundamental en la generación de desigualdades entre los participantes de las cadenas agroalimentarias.

La producción de alimentos, históricamente vinculada a la cuestión agraria y al control de los medios de producción, es un campo de disputas dinámico en el cual el gran capital genera, a través de diversas vías, desigualdades en la mayoría de las regiones del mundo. La producción de materias primas o el llamado consenso de *commodities* (Svampa 2013), se recuesta sobre la expansión del modelo de agronegocios, el neoextractivismo que afecta bienes naturales de diverso orden, el acaparamiento de tierras o *land grabbing* (Maira-Sommer 2019) y la presencia de grandes corporaciones en la industrialización y en el comercio global de alimentos y bienes primarios. Estas son algunas expresiones de los conflictos que ocurren debido a los procesos de acumulación por desposesión (Harvey 2003), al sacrificio de ciertas regiones y al desplazamiento de comunidades y familias productoras de alimentos en toda América Latina.

En los países del Cono Sur, en especial en Brasil y Argentina, la producción de soya aumentó un 2800 % ocupando más de 42 millones de hectáreas entre 1970 y 2009, mientras que la caña de azúcar lo hizo en casi un 300 % en el mismo periodo (Bazile, Bertero y Nieto 2014). Estas dos materias primas –muy apreciadas en las industrias alimentaria y energética por sus múltiples usos– se han extendido sobre otras actividades productivas, fundamentalmente sobre pastizales, bosques y montes nativos de las regiones donde habitaban comunidades originarias y campesinas. En el caso de Argentina, entre 1988 y 2018 se ha evidenciado un proceso de concentración de la tierra. De acuerdo con los censos nacionales agropecuarios, entre estos años han desaparecido el 40 % de las unidades productivas (169 137 establecimientos agropecuarios) que corresponden especialmente al segmento de las unidades más pequeñas que han sido absorbidas por las más grandes. En promedio la escala de producción a nivel nacional ha aumentado entre 1988 y 2018 de 424 a 620 hectáreas.

Si bien estos procesos son más evidentes para las materias primas, con una mirada más sutil nos encontramos con otras transformaciones que forman parte de este complejo escenario. Desde hace algunas décadas la arena de disputas en la cual confluyen distintos actores, capitales, intereses, discursos y estrategias fue mutando. La misma ya no solo se centra en el acceso y en la distribución de alimentos, sino que ha dado un giro hacia la calidad, categoría polisémica que atañe a aspectos que van desde la nutrición o la seguridad hasta procesos sociotécnicos de la producción de alimentos. Murdoch, Marsden y Banks (2017) explican que este giro se desprende del efecto de la globalización sobre el sector alimentario, teniendo de referencia la industrialización y la artificialización de los mismos en paralelo a una concentración de los capitales que los producen y los distribuyen. Este giro se nutre de diversas prácticas de resistencias locales y globales que enfrentan ese ideal autorregulado del mercado impulsado por las corporaciones (McMichael 1997),

que pueden reconocerse rápidamente en los movimientos agroecológicos (Nicholls y Altieri 2011) y en los circuitos de cercanía (Champredonde 2012).

No obstante, también en este escenario que procura reintegrar las dos cuestiones –lo ambiental y lo alimentario–, se llevan adelante procesos de adecuación y de vanguardia por actores, que, aunque no son grandes corporaciones, despliegan estrategias de distinción comercial que instalan nuevos sentidos a los alimentos y también a su consumo: los alimentos *gourmet*. Así, la distinción analítica que trazamos es la escala de manufactura y circulación de estos productos, destacando aquellos que forman parte de cadenas globales –el café, la vainilla, el cacao, etc.–, mientras que otros se circunscriben a escalas regionales o locales pues su producción y elaboración son primordialmente nacionales –en el caso de Argentina la quinoa y el vino–.

Más allá de esta distinción necesaria, el objetivo es rastrear las relaciones de producción en el tiempo y en el espacio que toman las cadenas de mercancías, específicamente las redes de procesos de trabajo y producción que dan lugar a una mercancía terminada (Arrighi y Drangel 1986). Ya sea en forma ascendente o descendente, el análisis de la cadena de generación de valor entre el producto final y la obtención de la materia prima distingue los distintos nodos críticos en esta transformación. Fernández y Trevignani (2015) proponen indagar en las fuentes de valor de ese producto terminado e identificar los “nodos” de cada una de las cadenas y las formas de apropiación del mismo. Esto permite, por un lado, conocer las actividades centrales, aquellas que absorben la mayor parte de los beneficios y rentas producidos dentro de la cadena. Por otro, las actividades periféricas que solo se apropian de una porción marginal del beneficio (Arrighi y Drangel 1986; Wallerstein 2005). Y, finalmente, las diversas modalidades de agregado de valor a los productos terminados, explicando la existencia de una estructura jerárquica y desigual.

Uno de los principales aportes de este enfoque es que pone en evidencia las negociaciones permanentes que se establecen entre distintos actores sociales y la asimetría de poder imperante. Por lo tanto, a la dimensión de agregado de valor debemos incorporar la de captación del valor. Mientras que la primera hace referencia a la incorporación de valor a lo largo de la cadena, la segunda alude a la distribución de la renta durante el proceso productivo hasta llegar al consumidor final. En tanto “la apropiación de valor se produce a través de cambios en la distribución de renta en la cadena de producción de alimentos o fibras” (Brees, Parcell y Giddens 2002, 1). Una de las principales dificultades en la agricultura tradicional y familiar se relaciona con la apropiación de la renta generada (Lee 2010).

En este sentido y sin realizar un análisis exhaustivo de las cadenas de valor, nos interesa desde una mirada que incorpora los aspectos económicos, sociales y ambientales, ahondar en la manera en la que estos productos que adquieren estatus de *gourmet*, ya sea por sus atributos específicos o por los circuitos gourmetizados que protagonizan, afectan las zonas productoras de origen, teniendo en cuenta su organización

productiva, la apropiación de los beneficios por parte de agricultores y agricultoras y su propio consumo local.

4. El café, la palta, el vino y la quinoa: eslabones de generación de valor entre su consumo y su producción

El café, la palta (aguacate), el vino y la quinoa son productos cuyas formas de producción y consumo difieren, pero comparten el hecho de ser objetos de distinción gastronómica en los paisajes alimentarios de las grandes ciudades. Al mismo tiempo, al convertirse en productos altamente demandados, las formas y zonas productivas también se ven afectadas. En el caso de los productos comoditizados, el impacto de la gourmetización en su consumo está disociado en muchos casos de los efectos de esta en las etapas de producción. De manera que no se puede establecer un solo tipo de conexión entre el impacto del proceso de gourmetización y sus efectos en las etapas de producción y consumo. En el caso del café, el impacto de la gourmetización se manifiesta más en la etapa de consumo con la aparición de los cafés, pero también impacta en la fase productiva con los tipos de cafés demandados. Por su parte, en el caso del vino argentino el impacto se hace presente a lo largo de toda la cadena de valor.

26

El café

Roseberry (1996) ya se refirió al surgimiento de las tiendas de café *gourmet* y a su relación con el consumo por parte de las clases acomodadas en Nueva York durante el siglo pasado. Asimismo, una de las conexiones que Bridge y Dowling (2001) encontraron en Sídney entre el proceso de gentrificación y las transformaciones en la comida fue a través de este producto. La aparición de cafés –lugares de ambiente relajado e informal que con frecuencia están abiertos a la calle– también fue apreciada en la Ciudad de México. Más tarde, Medina y Álvarez (2009) observaron que el cambio de paisaje alimentario estuvo protagonizado por establecimientos donde se servía café de especialidad. En este tipo de sitios se persigue satisfacer el conocimiento sibarita del cliente, facilitando información especializada sobre los métodos de elaboración y origen para proporcionar una experiencia *gourmet* que justifique un valor de mercado superior al del mismo producto que se sirve en los “bares de barrio”. Estos precios elevados tienden a generar desigualdades en los espacios urbanos donde se establecen.

La polarización de la oferta que provocan (Medina y Álvarez 2009), obliga a los cafés y bares populares a reestructurarse para satisfacer a los nuevos consumidores y lleva a los antiguos vecinos a desplazarse fuera del barrio para tomarse un café. Matta (2016) observó que en muchos casos se produce una homologación en los modos de preparación entre los servicios ofertados y el ambiente de los locales. Además,

el deseo de querer disfrutar un café de una manera tan particular también tiene un impacto en la etapa de producción. Esto se debe a que las tendencias de consumo, definidas con base en las preferencias de los consumidores urbanos e influenciadas por las mezclas desarrolladas por tostadores, determina el tipo de café que se cultivará en el futuro inmediato.

La palta

Aguacate, palta o avocado son algunas de las formas de denominar esta fruta, sin embargo, la definición de “oro verde” sintetiza los procesos de desigualdad que ocurren en el ámbito de su producción y el avocado *toast* ejemplifica los que ocurren en el espacio urbano. Chile es un caso que evidencia esta situación en Latinoamérica. Panez Pinto (2022) indica que en los últimos 40 años la producción de fruta fresca en el país logró consolidar a la agricultura chilena en el mercado internacional. Esta tendencia también se observó en otros países productores como México, Perú o Colombia. La producción de frutales, en términos de la intensidad de recursos que requiere y de la expansión de los circuitos de distribución y comercialización, incrementó su escala y trastocó las relaciones sociales generadas en la cadena de valor. La principal, la aceleración extractiva en uso intensivo y extensivo de la tierra bajo condiciones de posibilidad que favorecen la explotación del recurso hídrico en desmedro de su disponibilidad (Panez Pinto 2022).

De vuelta al caso chileno, en la provincia de Petorca en la región de Valparaíso y a 200 km al norte de la capital, se estimó que el agua utilizada para cultivar aguacates serviría para abastecer a toda la población de la provincia por un periodo de cuatro años, conforme a los datos correspondientes al censo de 2017 que registró 64 604 habitantes en este territorio (Panez Pinto 2022). El estrés hídrico provocado por el cultivo de la palta también afecta los espacios vinculados a su reproducción al no haber agua suficiente para abastecer los pequeños cultivos y criar animales, situación que impacta en la recreación y ocio de las personas debido a la desaparición de los cursos de agua usados como espacios abiertos de socialización e intercambio por la comunidad. Contradictoriamente, su expansión genera la necesidad de fuerza de trabajo dispuesta a un rubro generador de divisas en expansión, que se contrapone a las necesidades materiales de la población a cambio de la enajenación de sus recursos naturales y buen vivir (Panez Pinto 2018).

La contracara de este proceso en las ciudades lleva el nombre de avocado *toast*, que en el ámbito del consumo genera otros procesos de desigualdad. En la última década el crecimiento de este producto en el mercado global y su arribo a nuevos territorios trajo semejanzas en las formas de su consumo, aunque con matices en sus apropiaciones locales. En la última década la palta logró posicionarse en el centro de las dinámicas sociales que motorizan los procesos de valoración económica y

simbólica urbana al actuar como un elemento de distinción, de diferenciación y de operar en la construcción de jerarquías sobre las formas en las que se habitan estos espacios (Sbicca 2018). La incorporación de esta fruta a la carta de distintos bares y restaurantes *gourmet* queda asociada a la alimentación saludable, donde la estetización de su consumo colabora en la construcción de procesos de diferenciación y segregación con base en la experiencia gastronómica.

El vino

El vino también está cobrando protagonismo en tanto objeto de consumo de distinción en los menús de los principales restaurantes *gourmet* (Sandoval-Aragón 2020). Argentina, y en particular la provincia de Mendoza, tiene una larga tradición en su producción de alta calidad y es reconocida internacionalmente por el varietal de uva Malbec. En su gran mayoría el vino nacional se exporta, a pesar de que Argentina es uno de los países con mayor consumo per cápita de este producto. En este contexto ciertas etiquetas nacionales encontraron en el mercado interno una oportunidad para expandirse, introduciendo varietales novedosos en los menús de restaurantes gourmetizados, proporcionando experiencias culinarias distintas a las tradicionales (Palumbo 2018).

La vitivinicultura en la provincia de Mendoza se caracterizó históricamente por la pequeña producción y por la organización cooperativa de la elaboración de vinos (Altschuler y Collado 2013). Sin embargo, la entrada en la vitivinicultura mendocina de nuevos agentes y lógicas globales a partir de los años 90 (Neiman 2017) y de la instauración de un nuevo paradigma hegemónico de calidad –vinculado a varietales y bodegas *boutique*–, implicó un incremento en las asimetrías de poder ya existentes en la cadena con fuertes implicaciones para los productores vitícolas, introduciendo nuevas jerarquías y fronteras simbólicas, territoriales y socioeconómicas entre los actores del sector (Altschuler y Collado 2013). El análisis que realiza la Cátedra Libre de Estudios Agrarios (2021) con base en los censos nacionales agropecuarios, indica que entre 2002 y 2018 las unidades productivas dedicadas a la vitivinicultura se redujeron en un 31 % en Mendoza y fueron precisamente las pequeñas chacras de hasta cinco hectáreas las más afectadas (47 %).

Esto impacta en las zonas de producción vitivinícola de Mendoza, donde los productores de vino son actores clave en un proceso de enoturismo de lujo al abrir las bodegas y viñedos para la visita, degustación y experiencias culinarias maridadas por pasos (Torres et al. 2018). Estos lugares van conformando un circuito turístico y gastronómico que abarca desde la producción hasta el consumo, transformando el paisaje regional con bodegas cada vez más modernas, con hoteles *boutique* para hospedar a los turistas y con casas familiares que se convierten en posadas. En Luján de Cuyo, un distrito al sur de Mendoza, estos procesos se dan con mayor intensidad al tiempo que

esta zona se aglomera en el área metropolitana. La zona, históricamente poblada de viñas y viñedos de producción vitivinícola familiar y chacras para el descanso de los mendocinos acaudalados de la capital, se está convirtiendo en un suburbio residencial permanente. Asimismo, la producción a gran escala de las vides se traslada hacia zonas con mayor irrigación, aunque se consolidan en esta los restaurantes, bodegas y hoteles debido a la turistificación (Magallanes 2023).

Estas bodegas son las que hacen llegar algunas de sus etiquetas a restaurantes *gourmet* y tiendas de vino *boutique*, mayoritariamente ubicadas en Buenos Aires. Muchas de estas son ediciones limitadas, por lo tanto, contar con alguna de estas etiquetas en la oferta del restaurante es un factor de distinción. Lo interesante es que los precios de estos vinos no son necesariamente elevados, sino que la distinción pasa por la escasez de estos productos en el mercado gastronómico en una alquimia entre determinadas cocinas de autor y estas limitadas etiquetas estratégicamente distribuidas. En Buenos Aires esta asociación entre las bodegas y los restaurantes *gourmet* es muy evidente en los renovados y novedosos circuitos gastronómicos que están transformando el paisaje urbano, a la vez que juegan un rol fundamental en procesos de gentrificación en los barrios donde se asientan dichos circuitos.

La quinoa

29

La quinoa es un cereal cuyo principal destino era el consumo familiar. No obstante, el descubrimiento de su alto valor proteico, el hecho de que es un alimento libre de gluten que aporta un balance adecuado de aminoácidos esenciales y la facilidad de producción sin uso de fertilizantes y pesticidas, la convirtió en un “superproducto”. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) declaró el 2013 Año Internacional de la Quinoa, incorporándose a los emergentes patrones de alimentación saludable, nutritiva y natural con una relativa revalorización de las culturas ancestrales, de su impronta de producción campesina y de su condición de producción mayoritariamente de tipo orgánica. Un nudo crítico de la producción de quinoa es la extracción de la saponina epitelial, una sustancia amarga y no apta para el consumo humano, la cual se realiza mediante el lavado y la escarificación (Scalise 2015). En los grandes centros urbanos el alimento en grano, harinas y otros procesados se encuentran en espacios *gourmet* como las dietéticas o las tiendas naturistas, mientras que en las zonas de origen se ha incorporado al recetario de alta cocina regional andina y constituye un alimento *souvenir* para el turista (Sierra Exportadora 2015).

La quinoa ha sido uno de los productos de mayor dinamismo en el comercio mundial en los últimos años. De acuerdo con la FAO las exportaciones de países andinos, especialmente de Bolivia y Perú, entre 1992 y 2012 crecieron un 28 % anual en lo que respecta a su valor y un 22 % en su volumen (Bazile, Bertero y Nieto 2014).

El auge de la quinoa no solo implicó un crecimiento en las zonas de origen, también atrajo el interés de corporaciones del agronegocio y de empresas biotecnológicas en Estados Unidos y Europa, lo que permitió que naciones como Francia se hicieran con una porción significativa del mercado (Winkel et al. 2014). El flujo de comercio entre países andinos y limítrofes tiene a su vez una importancia regional, no obstante, este se realiza especialmente en el terreno de la informalidad y del contrabando (Scalise 2015). Según estimaciones, más del 90 % de la quinoa que se consume en los centros urbanos de Argentina proviene de Bolivia y Perú, pero generalmente ingresa de manera ilegal por las fronteras del norte del país.

El sistemático aumento de la demanda y los altos precios en los mercados internacionales colocó la producción de este cultivo en la agenda de varios Gobiernos de los países andinos. Se generaron diversos programas que, aunque con resultados muy variados, tendieron a promover su cultivo al considerarlo un vector fundamental para el desarrollo rural (Cladera y Figlioli 2022). Debido a esto la superficie de cultivo en el sur de Bolivia se expandió significativamente (Winkel et al. 2014). En el caso argentino, los resultados más evidentes se encuentran en el tratamiento de la poscosecha y en la comercialización asociativa. Si bien se registran escasos efectos sobre el aumento de la superficie sembrada de pequeños productores (Cladera y Figlioli 2022), se aprecia en cambio la emergencia de medianos comerciantes y de empresas en diversas regiones del país (Scalise 2015).

5. Conclusiones

En el presente artículo planteamos una propuesta teórica que permite comprender mejor los lazos entre gentrificación, gourmetización y sus impactos. Dicha propuesta descansa sobre el supuesto de que los cambios en los consumos de alimentos están estrechamente ligados a procesos de transformación urbana asociados a la elitización de espacios residenciales y a cambios de usos. Asimismo, estos cambios que tienen lugar en el ámbito de la vida urbana se relacionan con modificaciones en áreas de producción de determinados productos que son consumidos en las ciudades y que se constituyen en vedetes de los procesos de gourmetización. En ese marco, se identifican cuatro productos a partir de los cuales se trazan los vínculos entre los ámbitos de consumo y de producción. De este modo, fue posible exponer los efectos que su auge, en tanto alimentos gourmetizados y gentrificadores, provocan a lo largo de la cadena de valor, con especial énfasis en las etapas de producción y consumo.

Con base en los diferentes productos es posible observar distintos procesos de gourmetización y transformación de los paisajes alimentarios que generan condiciones de inclusión limitada o de exclusión de los consumidores y productores. Esta perspectiva nos ayuda a ver más allá de las distinciones artificiales entre lo rural y lo

urbano y el consumo y la producción, revelando los efectos de la gourmetización que ocurre en las ciudades sobre los entornos rurales –procesos de segregación en la producción, apropiación de la tierra, de la renta o el reemplazo de actores tradicionales por nuevos, etc.–. Estos procesos articulan una gran diversidad de prácticas de desplazamiento y de exclusión, involucrando lógicas diferenciales de grandes actores (por ejemplo, la transnacional Starbucks en el caso del café) hasta una pequeña tienda sibarita de origen extranjero.

Nuestra contribución es pensar en estas conexiones entre lo urbano y lo rural, entre la gentrificación y los procesos de explotación en las zonas agrarias, siguiendo las complejas cadenas de valor de los productos que se gourmetizan. A través de este análisis se revelan con más claridad los procesos de acumulación por desposesión del capitalismo (Harvey 2003). Mientras que los grandes propietarios de suelo urbano y rural se apropian de rentas más altas generadas por los procesos de gentrificación y gourmetización de ciertos productos gastronómicos, se generan mecanismos de desposesión en las zonas productoras, de explotación de los recursos naturales y de exclusión y desplazamiento en los barrios gentrificados. A partir de estos aportes se abren nuevos horizontes interdisciplinarios de investigación y se establecen conexiones entre las disputas en el campo y la ciudad que se suelen analizar de forma separada, resaltando cómo la gentrificación y la gourmetización se ensamblan en complejos procesos de elitización de los consumos con impactos disímiles a lo largo de las tramas productivas y comerciales.

Apoyos

Este artículo fue posible gracias a la financiación de la Universidad de Buenos Aires a través del Proyecto UBACYT 2020-2023 “Circulación y producción de alimentos en el AMBA. Un abordaje interdisciplinario para comprender la incidencia de las dinámicas emergentes en las relaciones sociales, territorios y vínculos con las agencias estatales”, código 20020190100348BA y de la Universidad de Leeds y la Unión Europea que financiaron las estancias de Sebastián Grenoville y Agustina Frisch y parte del tiempo de José Vega-Barbero para coordinar la colaboración que ha resultado en este artículo. Los autores y autoras agradecen especialmente a Celeste Goldberg y a su equipo por los datos aportados sobre mercado de la quinoa.

Referencias

Altschuler, Bárbara, y Patricia Collado. 2013. “Transformaciones en la vitivinicultura mendocina en las últimas décadas: el doble filo de la estrategia cooperativa”. *Voces en el Fénix* 27: 76-83. <https://lc.cx/z9qjv5>

María Mercedes Di Virgilio, María Agustina Frisch, Sara González, Sebastián Grenoville,
Candela Hernández, Beatriz Nussbaumer, José Manuel Vega-Barbero

- Arrighi, Giovanni, y Jessica Drangel. 1986. "The Stratification of the World-Economy: An Exploration of the Semiperipheral Zone". *Review* 10 (1): 9-74. <https://lc.cx/GCjns0>
- Bazile, Didier, Daniel Bertero y Carlos Nieto. 2014. *Estado del arte de la quinua en el mundo en 2013*. Santiago de Chile / Montpellier: FAO / CIRAD. <https://lc.cx/KXh3xT>
- Bedore, Melanie. 2013. "Geographies of capital formation and rescaling: A historical-geographical approach to the food desert problem". *Canadian Geographies* 57 (2): 133-153. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.2012.00454.x>
- Berraquero Díaz, Luis. 2016. "Tres caras de la Sevilla neoliberalizada. Turistización, malificación y baretización del espacio público". *El Tópo*, 11 de abril. https://lc.cx/PB7TTI_
- Bourlessas, Panos, Samantha Cenere y Alberto Vanolo. 2022. "The work of foodification: an analysis of food gentrification in Turin, Italy". *Urban Geography* 43 (9): 1328-1349. <https://doi.org/10.1080/02723638.2021.1927547>
- Brees, Melvin, Joe Parcell y Nancy Giddens. 2002. "Capturing vs. Creating Value". *MU Guide* 641: 1-4. <https://lc.cx/ORn4E3>
- Bridge, Gary, y Robyn Dowling. 2001. "Microgeographies of Retailing and Gentrification". *Australian Geographer* 32 (1): 93-107. <https://doi.org/10.1080/00049180020036259>
- Bromley, Rosemary, y Peter Mackie. 2009. "Displacement and the New Spaces for Informal Trade in the Latin American City Centre". *Urban Studies* 46 (7): 1485-1506. <https://lc.cx/EYR44z>
- Cátedra Libre de Estudios Agrarios. 2021. *La Argentina agropecuaria vista desde las provincias: un análisis de los resultados preliminares del CNA 2018*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Cátedra Libre de Estudios Agrarios. <https://lc.cx/6hwW7K>
- CEDEM (Centro de Estudios para el Desarrollo Metropolitano) 2003. "Informe técnico. Palermo Viejo. Transformaciones económico-territoriales: de los talleres mecánicos a la gastronomía y los locales especializados en prendas de vestir y en objetos de decoración y diseño, 1993-2002". Documento no publicado, archivo PDF.
- Champredonde, Marcelo. 2012. "La valorización de la tipicidad cultural y territorial de productos mediante certificaciones en países de América Latina". En *Desenvolvimento territorial: produção, identidade e consumo*, editado por José Marcos Froehlich, 119-165. São Geraldo: Editora Unijuí.
- Cladera, Jorge, y Gabriela Figlioli. 2022. "¿Establecimientos agropecuarios o familias extensas? Desencuentros territoriales en el marco de un programa de estímulo a la producción de quinua en el noroeste argentino". *EUTOPIA. Revista de Desarrollo Económico Territorial* 21: 166-182. <https://doi.org/10.17141/eutopia.21.2022.5158>
- Cocola-Gant, Agustín. 2018. "Tourism gentrification". En *Handbook of gentrification studies*, editado por Loretta Lees y Martin Phillips, 281-293. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Díaz Parra, Ibán. 2023. "Gentrificación ¿colonialismo cultural o urbanismo crítico? Una aportación al debate". *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales* 27 (2): 25-46. <https://doi.org/10.1344/sn2023.27.40062>
- Díaz Parra, Ibán. 2021. "Generating a critical dialogue on gentrification in Latin America". *Progress in Human Geography* 45 (3): 472-488. https://doi.org/10.1177/0309132520926572_
- Fernández, Víctor Ramiro, y Manuel Facundo Trevignani. 2015. "Cadenas globales de valor y desarrollo: perspectivas críticas desde el Sur Global". *Revista de Ciências Sociais* 58 (2): 499-536. <https://doi.org/10.1590/00115258201551>

- González, Sara. 2018. "La gourmetización de las ciudades y los mercados de abasto. Reflexiones críticas sobre el origen del proceso, su evolución e impactos sociales". *Boletín Ecos* 43: 1-8. <https://lc.cx/0l1oqV>
- González, Sara, y Gloria Dawson. 2015. "Traditional Markets under threat: why it's happening and what traders and customers can do". Acceso el 26 de febrero de 2024. https://lc.cx/7s-v_e
- Harvey, David. 2003. "El nuevo imperialismo. Sobre reajustes espacio-temporales y acumulación mediante desposesión". *Viento Sur*, 13 de diciembre. <https://lc.cx/RB9O6D>
- Hawes, Jason, Dimitrios Gounaridis y Joshua Peter Newell. 2022. "Does urban agriculture lead to gentrification?". *Landscape and Urban Planning* 225: 104447. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2022.104447>
- Joassart-Marcelli, Pascale. 2021. *The \$16 taco: Contested Geographies of Food, Ethnicity, and Gentrification*. Washington D.C.: University of Washington Press. <https://lc.cx/cCkZDY>
- Joassart-Marcelli, Pascale, y Fernando Bosco. 2024. "'Best for Foodies': Food, Digital Media and Planetary Gentrification". *International Journal of Urban and Regional Research* 48 (1): 74-93. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.13212>
- Johnston, Josee, y Shyon Bauman. 2014. *Foodies Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape*. Oxford: Routledge.
- Jones, Gareth, y Ann Varley. 2001. "La reconquista del centro histórico: conservación urbana y gentrificación en la ciudad de Puebla". *Anuario de Espacios Urbanos, Historia, Cultura y Diseño* 8: 137-159. <https://doi.org/10.24275/NQKT2595>
- Lee, Joonkoo. 2010. "Global Commodity Chains and Global Value Chains". En *The International Studies Encyclopedia*, editado por Robert Denemark y Renée Marlin-Bennett, 2987-3006. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Lees, Loretta, Tom Slater y Elvin Wyly. 2008. *Gentrification*. Nueva York: Routledge.
- Loda, Mirella, Sara Bonati y Matteo Puttilli. 2020. "History to eat. The foodification of the historic centre of Florence". *Cities* 103: 102746. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.102746>
- Magallanes, Rodrigo Martín. 2023. "Patrimonialización y grandes proyectos urbanos. El proceso de refuncionalización de la Bodega Arizu (Mendoza, Argentina)". *Quid 16: Revista del Área de Estudios Urbanos* 19: 1-21. <https://lc.cx/XyNfZj>
- Maira-Sommer, Patricia. 2019. "Land grabbing, un cómplice silencioso de la globalización. Procesos urbanos de reterritorialización de lo global y de la pobreza en América Latina y el Caribe". Ponencia presentada en la Reunión de Expertos en Planificación Multiescalar y Desarrollo Territorial, Santiago de Chile, del 15 al 17 de noviembre. <https://lc.cx/Iy34Hu>
- Marrone, Gianfranco. 2022. *Gustoso e saporito. Introduzione al discorso gastronomico*. Florencia: Bompiani.
- Matta, Raúl. 2016. "Recipes for crossing boundaries: Peruvian fusion". En *Cooking Technology. Transformations in culinary practice in Mexico and Latin America*, editado por Estefan Igor Ayora-Díaz, 139-152. Londres: Bloomsbury Publishing.
- McMichael, Philip. 1997. "Rethinking globalization: the agrarian question revisited". *Review of International Political Economy* 4 (4): 630-662. <https://lc.cx/wZBYuA>
- Medina, Francesc Xavier, y Marcelo Álvarez. 2009. "El lugar por donde pasa la vida. Los mercados y las demandas urbanas contemporáneas: Barcelona / Buenos Aires". *Estudios del Hombre* 24: 183-201. https://lc.cx/sjCeU_

María Mercedes Di Virgilio, María Agustina Frisch, Sara González, Sebastián Grenoville,
Candela Hernández, Beatriz Nussbaumer, José Manuel Vega-Barbero

- Méndez, Mila. 2017. “¿Por qué está de moda el aguacate?”. *La Voz de Galicia*, 7 de enero. <https://lc.cx/SzzC2U>
- Monroe Sullivan, Daniel. 2014. “From Food Desert to Food Mirage: Race, Social Class, and Food Shopping in a Gentrifying Neighborhood”. *Advances in Applied Sociology* 4 (1): 30-35. <http://dx.doi.org/10.4236/aasoci.2014.41006>
- Murdoch, Jonathan, y Mara Miele. 2004. “Culinary networks and cultural connections: A convention perspective”. En *Geographies of commodity chains*, editado por Alex Hughes y Suzanne Reimer, 231-248. Oxford: Routledge.
- Murdoch, Jonathan, Terry Marsden y Jo Banks. 2017. “Quality, Nature and Embeddedness: Some Theoretical Considerations in the Context of the Food Sector”. *Economic Geography* 76 (2): 107-125. <https://doi.org/10.2307/144549>
- Neiman, Guillermo 2017. “La ‘nueva vitivinicultura’ en la provincia de Mendoza: un análisis cuantitativo de su crecimiento durante la última década del siglo XX”. *Estudios Sociales Contemporáneos* 16: 40-59. <https://lc.cx/rOMJFm>
- Nicholls, Clara Inés, y Miguel Ángel Altieri. 2011. “Modelos ecológicos y resilientes de producción agrícola para el siglo XXI”. *Agroecología* 6: 28-37. <https://lc.cx/7Irmcq>
- Palumbo, Mariana. 2018. “Un análisis de la energía emocional en catas de vino (Ciudad de Buenos Aires, Argentina)”. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género de El Colegio de México* 4: 1-24. <https://doi.org/10.24201/eg.v4i0.266>
- Panez Pinto, Alexander. 2022. *El río recuperando su cauce. Despojos y resistencias en los conflictos por agua-tierra-territorio bajo el neoliberalismo en Chile*. Paraíba: Universidade Estadual da Paraíba. <https://lc.cx/ZAWLVU>
- Panez Pinto, Alexander. 2018. “Los aguacates y el negocio detrás del agro en Chile”. *Diálogos*, 1 de junio. <https://lc.cx/ih8L-0>
- Ramos Truchero, Guadalupe. 2015. “El acceso a la alimentación: el debate sobre los desiertos alimentarios”. *Investigación & Desarrollo* 23 (2): 391-415. <https://doi.org/10.14482/indes.23.2.6970>
- Romero Renau, Luis del, y Laura Lara Martín. 2015. “De barrio-problema a barrio de moda: gentrificación comercial en Russafa, el ‘Soho’ valenciano”. *Anales de Geografía* 35 (1): 187-212. <https://lc.cx/8Zp4Ly>
- Roseberry, William. 1996. “The Rise of Yuppie Coffees and the Reimagination of Class in the United States”. *American Anthropologist* 98 (4): 762-775. <https://lc.cx/-TFoJV>
- Salinas Arreortua, Luis Alberto. 2013. “Gentrificación en la ciudad latinoamericana. El caso de Buenos Aires y Ciudad de México”. *GeoGraphos* 4 (44): 281-305. <http://dx.doi.org/10.14198/GEOGRA2013.4.44>
- Sandoval-Aragón, Sergio Lorenzo. 2020. “La evolución de los gustos: el consumo del café y el vino como incipiente marca de distinción social”. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional* 30 (56): 2-23. <https://doi.org/10.24836/es.v30i56.1000>
- Sbicca, Joshua. 2019. “Urban Agriculture, Revalorization, and Green Gentrification in Denver, Colorado”. *The Politics of Land* 26: 149-170. <https://doi.org/10.1108/S0895-993520190000026011>
- Sbicca, Joshua. 2018. “Alimentación, gentrificación y transformaciones urbanas”. *Boletín Ecos* 43: 5-12. <https://lc.cx/K2c3UG>

Gourmetización y gentrificación: paisajes alimentarios desde la ciudad hasta el campo

- Scalise, Jorge. 2015. *Caracterización y diagnóstico de la cadena de valor de la quinua en la Argentina*. San Martín: Universidad Nacional de General San Martín. <https://lc.cx/DV2VUn>
- Sierra Exportadora. 2015. *Quinoa cinco continentes. Recetario gourmet*. Lima: Oficina de Prensa y Comunicaciones de Sierra Exportadora. <https://lc.cx/mzLayN>
- Swampa, Maristella. 2013. “Consenso de los commodities y lenguajes de valoración en América Latina”. *Nueva Sociedad* 244 (4): 30-46. <https://lc.cx/j5lJxU>
- Torres, Laura, Gabriela Pastor, María Grosso y Ana Scoones. 2018. “Turismo de lujo y extractivismo: la ruralidad como presa del capital. Reflexiones a propósito del Valle de Uco (Mendoza, Argentina)”. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales* 27 (585): 1-32. https://lc.cx/0-mr_G
- Wallerstein, Immanuel. 2005. “La crisis como transición”. En *Dinámica de la crisis global*, editado por Samir Amin, Giovanni Arrighi, André Gunder Frank e Immanuel Wallerstein, 14-60. Ciudad de México: Siglo XXI.
- Winkel, Thierry, Ricardo Álvarez-Flores, Daniel Bertero, Pablo Cruz, Carmen del Castillo, Richard Joffre, Santiago Peredo Parada y Luis Sáez Tonacca. 2014. “Calling for a reappraisal of the impact of quinoa expansion on agricultural sustainability in the Andean highlands”. *Idesia* 32 (4): 95-100. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34292014000400012>
- Zukin, Sharon, Valerie Trujillo, Peter Frase, Danielle Jackson, Tim Recuber y Abraham Walker. 2009. “New retail capital and neighborhood change: Boutiques and gentrification in New York City”. *City and Community* 8 (1): 47-64 <https://doi.org/10.1111/j.1540-6040.2009.01269.x>

Cómo citar este artículo:

Di Virgilio, María Mercedes, María Agustina Frisch, Sara González, Sebastián Grenoville, Candela Hernández, Beatriz Nussbaumer y José Manuel Vega-Barbero. 2024. “Gourmetización y gentrificación: paisajes alimentarios desde la ciudad hasta el campo”. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales* 79: 15-35. <https://doi.org/10.17141/iconos.79.2024.6025>