

Procesos turístico-patrimoniales en la Fiesta Provincial del Dulce de Leche en Cañuelas, Argentina

Heritage and Tourism Processes in the Sweet Milk Provincial Fest in Cañuelas, Argentina

*Cecilia Pérez Winter*¹

Resumen

Analizamos el proceso de conformación de la fiesta del Dulce de Leche en el municipio de Cañuelas, provincia de Buenos Aires, Argentina, país donde este alimento es considerado parte de la gastronomía nacional. En este marco, revisamos las estrategias implementadas por determinados actores para lograr que dicho evento adquiriera estatus provincial. Identificamos y examinamos documentos y reconocimientos turístico-patrimoniales que se fueron entretejiendo alrededor de ciertos hechos históricos para construir los fundamentos de la creación de dicha fiesta. Este estudio nos permitió analizar las particularidades del proceso, a los actores involucrados, las resignificaciones y transformaciones que ha tenido la fiesta, algunas tensiones expresadas y las estrategias seguidas para justificar la ampliación de su escala de activación de local a provincial. Concluimos que esto último fue posible gracias a la actuación de diversos actores que utilizaron su red de contactos y experticia para construir discursos que legitimaran la relevancia de la fiesta como patrimonio cultural y como producto turístico. Tales procesos de valorización promueven una mayor visibilización del municipio, mejorando su economía a partir del turismo, nuevas inversiones y apoyo logístico desde el sector privado y el gobierno provincial.

Palabras clave: dulce de leche, festival, producción alimentaria, Patrimonio Cultural Inmaterial, turismo cultural.

1 Universidad de Buenos Aires y CONICET, Buenos Aires, Argentina, ORCID 0000-0002-2880-5834, cecipw@gmail.com



Abstract

In this article we analyze the process of how the local Sweet Milk Fest was created in the municipality of Cañuelas, province of Buenos Aires (Argentina), in a country where this food is considered part of its national gastronomy. In particular, we examine the strategies implemented by certain actors who manage to establish that event as a provincial one. Hence, we identified and examined documents and tourist-heritage recognitions that were interwoven around historic facts to build the foundations of the creation of the Fest. The investigation allowed us to examine the particularities of this process, the actors involved, the resignification and transformations that the celebration has had; tensions emerged and strategies implemented to justify the extend of its scale of activation (local to provincial). We conclude that at the latter process was possible due to the action of certain actors who used their network of contacts and expertise to build discourses justifying the relevance of the Fest as a cultural heritage and tourism product. These heritage and tourism valorizations help to promote greater visibility of the locality in order to improve its local economy through tourism, new investments and logistics support from the private sector as well as the provincial government.

Keywords: sweet milk, festival, food production, Intangible Cultural Heritage, cultural tourism.

Introducción

Desde hace varias décadas, dentro del campo del patrimonio, los festejos han cobrado relevancia desde organismos como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) mediante la valorización de los patrimonios inmateriales; ello promueve también la mercantilización de la producción agraria (Álvarez y Sammartino, 2009). Las fiestas —vinculadas con lo gastronómico— se conforman como “patrimonios/atractivos” (Pérez Winter, 2018), pues son actividades que destacan sentidos, sentimientos y significados en sus contextos locales de producción, que les otorgan autenticidad y contribuyen a su configuración como “entidades” culturales con vida propia (Lacoste y Aruj, 2020).

Los procesos de valorización turístico-patrimonial suelen ir acompañados de discursos y “narrativas escalares”. Estas últimas se definen como discursos que los actores políticos utilizan para explicar las complejas transformaciones espaciales del capitalismo actual, y que justifican los cambios en los patrones espaciales de procesos sociopolíticos que circulan, convirtiéndose en versiones simplificadas de la dinámica compleja entre lo global y lo local (González, 2010).

Tanto los discursos como las narrativas tienen el propósito de posicionar ciertas localidades en el mercado global, entendiendo que las escalas y los “saltos de escala” se presentan como procesos dinámicos de construcción social, en los que se tejen las redes de interacción entre diversos actores y que permiten indagar cómo un lugar, evento o cualquier patrimonio local puede tornarse global, o viceversa. Así, un patrimonio y/o un destino/atractivo turístico amplía su escala de activación (Prats, 2005; Zusman *et al.*, 2018). Prats (2005), por ejemplo, propuso diferenciar entre patrimonios “locales” y “localizados”, categoría que también puede utilizarse para pensar los

atractivos/destinos. Así, el primero refiere a aquellos que solo poseen interés dentro de la propia comunidad, predominando la participación de actores locales en su gestión. El segundo, en tanto, trasciende su ubicación, obteniendo el mismo valor y “autenticidad” aunque se encuentre en otra localidad. Las celebraciones locales se constituyen entonces como recursos patrimoniales/turísticos significativos a la hora de pensar en estrategias de revitalización socioeconómica a partir de una ampliación de sus escalas de activación, permitiéndoles (re)insertarse en el mapa y en el mercado.

Ante lo expuesto nos preguntamos: ¿qué criterios orientan la selección de determinadas fiestas para activarse como patrimonios y/o recursos turísticos? ¿Quiénes participan en estos procesos y qué estrategias usan? ¿Qué valores, saberes, pasados, sujetos, prácticas se evocan o ponen en tensión? ¿Qué discursos o narrativas permiten que ciertas celebraciones aumenten su escala de activación, y con qué propósitos?

Para responder las interrogantes proponemos analizar la Fiesta Provincial del Dulce de Leche, organizada anualmente en el municipio de Cañuelas, provincia de Buenos Aires, Argentina, como un caso empírico, mediante una investigación procesual y cualitativa. Para ello se realizó una etnografía de archivo, es decir, se indagó en los archivos de una variedad de fuentes como expedientes, informes y normativas desde una mirada crítica, entendiendo que los documentos fueron escritos en un determinado momento por ciertos actores con sus intereses e ideologías y que su análisis nos permite reconstruir parte de los procesos que se busca reconstruir en una investigación (Rockwell, 2011). Se desarrolló asimismo un trabajo de campo —entre los años 2017 y 2018 en el marco de muestra investigación posdoctoral—, llevando adelante la consulta de normativas, expedientes, material turístico y publicaciones afines en el Museo y Archivo Histórico Lucio V. García Ledesma y en la Dirección de Turismo de Cañuelas. A su vez, se consultaron los expedientes localizados en el archivo de la Comisión Nacional de Monumentos, Bienes y Lugares Históricos (CNMLBH). Esta institución se encarga de gestionar, asesorar y proponer lugares como patrimonios nacionales, entre otras tareas. Desde su creación formal en la década de 1940 hasta el año 2015 (Ley Nacional Nº 27.103), dicho organismo se denominó Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos. En este trabajo optamos por utilizar su nombre actual.

Por último, se revisó material fotográfico del Archivo General de la Nación en la ciudad de Buenos Aires. Aplicamos entrevistas a informantes clave, vinculados con el campo patrimonial y turístico, y a productores de dulce de leche locales, y se practicó la observación participante durante la organización de la Fiesta del Dulce de Leche del año 2017.

La Fiesta Provincial del Dulce de Leche

El dulce de leche es un alimento derivado de la leche de vaca y en Argentina se le identifica como símbolo de la gastronomía nacional, aunque es un producto común en otras regiones del mundo. En cada país se lo llama de modo diferente —salvo Uruguay— en Brasil, *doce de leite*; en México, cajeta; en Chile, manjar; en Inglaterra, *sweet milk* y en Francia, *confiture de lait*. Si continuamos investigando en torno a sus denominaciones seguro encontraremos otros casos. Lo que tal vez hallemos diferente es su sistema de producción, cómo prepara, su comensalidad y las narrativas sobre su invención.

En Argentina se producen más de 10.000 millones de litros de leche vacuna anualmente (Dirección Nacional de Lechería, 2021a). Parte de la producción se destina a la manufactura de diversos alimentos, entre ellos el dulce de leche, estimándose un consumo mensual de más de 2.300 kilos (Dirección Nacional de Lechería, 2021b). Basta hacer un recorrido por alguna ciudad o pueblo para observar que el dulce de leche es altamente accesible en los supermercados y almacenes pero también en las facturas y tortas que se venden en las panaderías, entre los sabores que ofrecen las heladerías, en el relleno de variadas golosinas o en los postres clásicos de un restaurant, como panqueques y flan, por mencionar algunos. Hasta existe el té de chocolate y dulce de leche. Además, es un ingrediente codiciado para realizar recetas tanto tradicionales como innovadoras. Cabe señalar que desde la década de 2010 se han instalado en la ciudad de Buenos Aires, en el turístico barrio de San Telmo —en una de sus calles más transitadas, Defensa— una serie de locales tipo “boutique” especializados en la venta de dulce de leche y otros alimentos que tienen a ese producto como protagonista, como La Vaca Lechera, Dulce de Leche & CO o La Casa del Dulce de Leche.

Como toda práctica, objeto, lugar o personaje que ha adquirido relevancia, el dulce de leche está rodeado de mitos (Barthes, 2010) y algunos de ellos se relacionan con su creación. Por ejemplo, aquel que cuenta cómo —en un momento indefinido pero ubicado en el pasado— en una casa del barrio porteño de Barracas, una sirvienta intentaba cocinar leche azucarada mientras realizaba otras labores. En un descuido, se le pasó la cocción y accidentalmente dio con el dulce de leche; o aquel que narra el mismo hecho pero con fecha específica y en una estancia localizada en lo que hoy se conoce como el municipio de Cañuelas, que comentaremos más adelante. Ambos relatos coinciden en la creación fortuita y llevada adelante por una mujer afrodescendiente, diferenciándose el lugar y momento del evento. Sin embargo, la segunda versión es la más difundida por los medios periodísticos y libros de cocina (Castro y Pérez Winter, 2018). Como señala Barthes (2010), el mito es una forma de comunicar un mensaje, es un modo de significación y todo elemento, como el dulce de leche, puede obtener un estado oral, abierto, para ser apropiado por la sociedad. De esta forma, el dulce de leche elaborado en Argentina es preso de la palabra mítica que lo profiere y lo naturaliza como invento nacional. Más allá de los datos cuantitativos que se puedan medir y difundir sobre la relevancia de su producción, son los mitos/narrativas que circulan, las prácticas culturales y costumbres alrededor de su consumo —configurando a la alimentación como un “hecho social total” (Aguirre, 2017)— los que terminan legitimando a este alimento como parte de la identidad gastronómica nacional.

La relevancia del dulce de leche en Argentina ha llevado a que organismos del Estado le otorguen certificaciones y reconocimientos: el Ministerio de Agroindustria de la Nación le condecora con la distinción de “Sellos alimentos argentinos” y existe un protocolo de elaboración para certificarlo como producto *premium*; además, la Secretaría de Cultura lo declara “Patrimonio Cultural Gastronómico y Alimentario” en 2003 (Castro y Pérez Winter, 2018). De hecho, existen diferentes versiones de la Fiesta del Dulce de Leche en el país, algunas con mayor trayectoria que otras, como la que se celebra en Cañuelas.

Cañuelas se ubica en la provincia de Buenos Aires y cuenta con 51.892 habitantes (Cañuelas Gobierno Municipal, 2021a). Forma parte de la región agraria del noroeste bonaerense y de la cuenca del Abasto, donde se desarrolló una intensa actividad ganadera (tambo y cría) además de

la avicultura y la horticultura. Si bien la producción tampera ha disminuido, mantiene dinámica su producción agraria. Tal como ocurre con otros distritos próximos a grandes centros urbanos, como La Plata o Buenos Aires, Cañuelas ha pasado por una serie de transformaciones desde la década de 1980, que aumentaron durante la década siguiente con la construcción de la autopista Ezeiza-Cañuelas —autopista que también permitió aumentar el acceso y traslado de la comunidad local—, donde el paisaje rural ya es híbrido, dejando de ser netamente agroproductivo para incorporar otros emprendimientos asociados a actividades ocio-recreativas como el turismo, clubes de campo, golf y polo, además de barrios cerrados o *countries* como segundas residencias. A su vez, las características “rurales” que el municipio busca mantener mediante ordenanzas y códigos de ordenamiento territorial —como el preservar grandes zonas verdes o el casco histórico de la ciudad cabecera homónima y de las casas de campo, por ejemplo— promueve la llegada de turistas para pasar el día o realizar “escapadas de fin de semana” (González Maraschio, 2008).

En tal contexto es que desde 1997 se celebra anualmente la Fiesta del Dulce de Leche. Organizada durante la primavera, entre octubre y noviembre, en un clima cálido que favorece las actividades al aire libre y en el marco de la Expo Cañuelas, evento que surgió en 1995 con el objetivo de unir el comercio, la industria y la producción agropecuaria del municipio. Aunque las ediciones de 2018 y 2019 no se pudieron llevar adelante por la crisis económica y durante el 2020 tuvo que ser reprogramada por la Covid-19, se está considerando la idea de comenzar su organización en otoño, para evitar la superposición de fechas con otras celebraciones locales y garantizar el flujo turístico. Inicialmente la celebración era un evento local, mas ha adquirido cierta relevancia, llevándola a ampliar su escala de activación a nivel provincial. A continuación analizamos los fundamentos históricos y los reconocimientos formales-oficiales que nos permitieron reconstruir la trayectoria y los cambios de escala de la celebración.

Fundamentos históricos I:

la estancia La Caledonia y el mito del dulce de leche

En la historia local de Cañuelas —otrora conocida como “los pagos de Carmen de Cañuelas”— existen ciertos hechos clave, como el origen del municipio. Para ello referiremos al texto ofrecido por el Archivo Histórico de Cañuelas sobre la historia local en la página oficial del municipio (Cañuelas Gobierno Municipal, 2021b), junto a publicaciones escritas por Moreno (1991 y 1998) y García Ledesma (1994).

Los registros más antiguos datan del siglo XVII con el establecimiento de una capilla, hecho que impulsó la conformación de un poblado. Para 1822 se le designa su primer juez de paz, otorgándole autonomía. Cañuelas se constituyó antes de que Argentina se consolidara como territorio nacional (a mediados y fines del siglo XIX). Durante ese proceso la implementación del modelo agrícola-ganadero fue altamente significativo, favoreciendo la inserción del país en el mercado mundial. Las estancias tuvieron un rol relevante, particularmente aquellas localizadas en la provincia de Buenos Aires (Mayo, 2004). En Cañuelas se habían establecido varias de ellas, como La Figura, El Mirador, La Noria, San Martín, La Caledonia (Moreno, 1998); interesa destacar a la última. Ubicada a unos 20 km de la ciudad de Cañuelas, vía ruta 205, fue fundada por el escocés John Miller (1788-1843) en 1823, quien introdujo el toro tarquino y creó la Sociedad

Pastoril de Merinos (Moreno, 1998). Resaltamos esta estancia no solo por su rol económico sino por un evento que fue relevante en este proceso configuración del territorio nacional, el Pacto de Cañuelas.

El Pacto se llevó adelante el 24 de junio de 1829 en la estancia La Caledonia, un tratado firmado por el Comandante General Juan Manuel de Rosas (1793-1877) y el General Juan Galo de Lavalle (1797-1841). Localmente tiene tal relevancia que fue plasmado en el escudo del municipio mediante dos brazos estrechándose (García Ledesma, 1994) y se le dedica un gran espacio descriptivo en el área “Historia y cultura” de la página oficial (Cañuelas Gobierno Municipal, 2021b). A nivel nacional también es considerado un evento significativo, ya que logró cesar conflictos y hostilidades entre grupos políticos antagónicos —unitarios y federales— y restablecer buenas relaciones entre lo que hoy se conoce como al provincia de Buenos Aires y la ciudad homónima, entre otras acciones.

En el marco de este hecho histórico es que tuvo lugar el mito más difundido en Argentina sobre la creación del dulce de leche. El relato señala que en la estancia La Caledonia, mientras transcurría la reunión que concluiría con el Pacto, una de las cocineras que estaba elaborando la lechada (leche con azúcar) se distrajo haciendo otras tareas y dejó la preparación en el fuego. Al regresar a la cocina se encontró con algo diferente: el dulce de leche. Un hecho histórico, de importancia local y nacional, contextualiza la creación de un alimento considerado ícono de la gastronomía argentina. Como sugiere Barthes (2010), la mitología no es que surja espontáneamente de la naturaleza, aunque se configuren y promuevan estrategias para naturalizar su existencia como tal, sino que puede tener un fundamento histórico.

Fundamentos históricos II: la estancia San Martín y la industria láctea La Martona

Una de las personalidades locales que se destacan de Cañuelas es la de Vicente Lorenzo del Rosario Casares (1844-1910). Él perteneció a una importante familia de la elite político-económica (terrateniente) de la Argentina, alcanzando cargos importantes, como el haber sido diputado a la Legislatura de Buenos Aires (1876), presidente del Crédito Público de la provincia (1884) y presidente del primer Banco de la Nación. Su familia era propietaria de la estancia San Martín —la cual contaba de unas 7.000 ha—. Localizada a unos 15 km de la ciudad de Cañuelas, vía ruta 205, la estancia San Martín cuenta con una larga historia de sucesiones (Moreno, 1996); Casares comenzó allí con la producción de quesos a los 18 años y en 1889 estableció la “primera industria láctea” del país, La Martona (Figura 1). Cabe señalar que el nombre deriva de un apodo que tenía Martha Ignacia, una de las hijas de Casares, quien fue la madre del escritor argentino Adolfo Bioy Casares.

Uno de los objetivos de Casares y su empresa era que la producción de La Martona contribuyera con la nutrición infantil y disminuyera su mortalidad. Para ello, buscaron adquirir la mejor tecnología del momento (centrifugadoras, desnatadoras, frigoríficos, entre otros artefactos) y optimizar el proceso de producción (cumplir con la higienización y esterilización, pasteurización y homogeneización de la leche).

Figura 1. Vista aérea de La Martona (1940)

Figure 1. Aerial view of La Martona (1940)



Fuente/source: Archivo General de la Nación (Nº 185658).

La Martona manufacturaba masivamente diferentes tipos de leche —cuajada, maternizada, condensada— y sus derivados: yogurt, manteca, crema, quesos y dulce de leche. Además, contó con un importante sistema de distribución (transporte ferroviario Cañuelas-Constitución) y venta con locales propios (Gómez y Zubizarreta, 2013; Moreno, 1996). En la Figura 2 se puede observar que, aunque el dulce de leche se comenzó a elaborar en 1902, en el interior de uno de sus negocios relucen varios carteles que avisan “Hoy llegó el dulce de leche”.²

En 1900 La Martona se conformó como Sociedad Anónima pero siguió teniendo miembros de la familia dentro de la empresa. Pasó por varios cambios y crisis, hasta que en 1978 dejó de funcionar, impactando significativamente en la economía de la localidad que hoy se conoce como Vicente Casares (Gómez y Zubizarreta, 2013; Moreno, 1988). A su vez, cuatro años antes de su cierre, en parte de la propiedad se construyó una de las primeras urbanizaciones cerradas de Cañuelas, el Country Club La Martona (González Maraschio, 2008).

2 La imagen circula bastante y puede encontrar en diversas notas periodísticas, como <<https://www.lanacion.com.ar/economia/la-martona-apogeo-caida-del-gigante-leche-nid2235656/>> y publicaciones como la de Moreno (1988). Disponible también en <<https://www.facebook.com/ArchivoGeneraldeNacionArgentina/photos/la-martona-buenos-aires-1908documento-fotogr%C3%A1fico-inventario-12702/964171033608113/>> (consultado 04/05/2021).

Nuevamente en Cañuelas encontramos que, además de especializarse el mito de creación del dulce de leche, allí también se estableció una de las empresas lácteas más importantes de la Argentina que producía masivamente ese producto.

Figura 2. Interior de un local de La Martona (1908)

Figure 2. Inside La Martona store (1908)



Fuente/source: Archivo General de la Nación (Nº 12702).

Títulos de nobleza I: la oficialización de patrimonios locales/nacionales

Si observamos la lista de patrimonios nacionales de Argentina, el municipio de Cañuelas tiene dos bajo la categoría “Monumento Histórico Nacional”: los cascos de las estancias La Caledonia (Decreto Nacional 2.015/1979) y San Martín (Decreto Nacional 262/1997). Para indagar el proceso de patrimonialización nacional de ambos lugares y dar cuenta de cuáles actores participaron y qué criterios se utilizaron, analizaremos los expedientes de la CNMLBH. Es importante señalar que cuando se ingresa formalmente una solicitud de patrimonialización en la CNMLBH

pasa a ser evaluado por varios organismos del Estado, como el Ministerio de Cultura, Secretaría de Asuntos Jurídicos, hasta que finalmente es aprobado y declarado por normativa por el Poder Ejecutivo de Nación.

El expediente 12.734/78 de La Caledonia revela varias informaciones interesantes. Primero, se identifica al historiador local Lucio García Ledesma como la persona solicitante del reconocimiento. Segundo, la documentación más temprana que se encontró data de marzo de 1978, año de inicio de la creación del expediente. Por lo tanto, podemos tomar esa fecha como la más próxima al inicio del trámite. Tercero, la declaratoria buscaba “asegurar la veracidad histórica aclarar algunos equívocos repetidos por la tradición” que se venía difundiendo en algunas publicaciones y ámbitos educativos. Estamos haciendo referencia al lugar donde se había llevado adelante el Pacto entre Rosas y Lavalle; con la declaratoria se aclararía que el Pacto no se realizó en la estancia Virrey del Pino en La Matanza, sino efectivamente en la estancia La Caledonia en Cañuelas. Para ello, la solicitud fue acompañada de una serie de documentos que respaldaban tal afirmación: copia del Pacto original, enumeración de las publicaciones que arrastraron el error, nota donde se señala que la declaratoria de la estancia Virrey del Pino (Decreto Nacional 120.411/1942) no mencionaba el Pacto, la investigación de García Ledesma sobre el hecho histórico y el aval de la Academia de Historia Nacional, obtenido un año antes de la postulación. Así, el argumento que justifica la patrimonialización nacional de La Caledonia era que allí se había realizado el Pacto de Cañuelas pero nada se menciona sobre el mito del dulce de leche. Cuarto, el trámite fue iniciado y desarrollado durante la última dictadura militar, cuando la CNMLBH estaba presidida por César Gancedo, acompañado de varios militares como vocales; mientras que García Ledesma poseía contactos políticos importantes en Buenos Aires (entrevista a Moreno, 2017). En agosto de 1979 la estancia obtuvo la declaratoria. Así, en menos de un año y medio se logró efectivizar el reconocimiento. Tanto los fundamentos presentados como el contexto político pudieron favorecer la construcción de un consenso en el interior de la CNMLBH y agilizar así el proceso de tramitación. Por su parte, en 1992 el Instituto de Patrimonio bonaerense también declaró como “Monumento Histórico” al casco de la estancia La Caledonia (Ley Provincial Nº 11.242).

En cuanto al segundo caso, la estancia San Martín, el proceso fue distinto. La valorización patrimonial comenzó en la década de 1980 con las investigaciones sobre el “patrimonio rural”³ de Cañuelas realizadas por el arquitecto Carlos Moreno (Moreno, 1988, 1991, 1996 y 1998). En ellas destaca a las estancias y a todo el sistema rural más allá de los vestigios materiales que se hayan preservado, recuperando el trabajo de hombres y mujeres anónimas y de las familias de elite terrateniente que contribuyeron en la transformación del paisaje. Tales indagaciones, y siendo Moreno miembro de la CNMLBH —luego de que Jorge Enrique Hardoy asumiera la presidencia en 1984— contribuyeron de alguna manera en considerar la oficialización de la estancia San Martín como patrimonio nacional.

3 La construcción temprana de este enfoque lo ha colocado como un referente nacional en el tema, institucionalizando posteriormente sus lineamientos (Moreno, 2008) en la CNMLBH con la creación del Programa “Jardines de valor patrimonial y medio rural” (Disposición interna 13) en el año 2009 (Pérez Winter, 2018).

En el expediente 1.228/96 de la CNMLBH observamos que: primero, la solicitud fue iniciada por el Intendente y Secretaria de Cultura de ese momento de Cañuelas, Héctor Rivarola y Susana Frasseren, respectivamente, pero que contó con el apoyo de varios actores locales. Por ejemplo, la solicitud fue acompañada de siete páginas de firmas en apoyo. Segundo, el proceso tuvo inicio en marzo del año 1996. Tercero, los argumentos esgrimidos fueron: (1) que la casa —incluido el parque— era testimonio de la evolución de la arquitectura de la Pampa Húmeda; (2) que la estancia representa “las formas primitivas de explotación agropecuaria” de los siglos XVII y XVIII; (3) que allí se realizó la primera exportación de trigo en 1871 a Europa; (4) que tuvo lugar la primera empresa integrada (incluyendo lo agropecuario, industrial y comercial) láctea La Martona desde 1889. Para ello, se incluyó una publicación de Carlos Moreno (1996) sobre la historia de Cañuelas y La Martona. Cabe señalar que Moreno (1988 y 1998), reiteradas veces, propuso refuncionalizar el patrimonio edilicio de las instalaciones de la estancia San Martín en un complejo turístico-cultural, mediante un museo, salas de conferencias, alojamiento, entre otros, aunque la iniciativa nunca se concretó. Y si bien en el expediente no hay mención sobre ello, interesa destacar un reconocimiento anterior. En 1989, cien años después de la inauguración de La Martona, la Honorable Cámara de Diputados de la Nación declaró por unanimidad a Cañuelas como la “Cuna Nacional de la Industria Lechera” (Resolución Nacional 28/9/89). Cuarto, el proceso de tramitación se llevó adelante en un contexto económico neoliberal de la Argentina, cuando las áreas rurales estaban en pleno proceso de reestructuración y desregulación que llevaron a la crisis nacional del 2001. En 1996, Magdalena Faillace era quien estaba al frente de la CNMLBH. La solicitud se efectivizó en marzo del otro año, demorando un año en total. En este caso, la patrimonialización tal vez fue un intento de preservar un patrimonio arquitectónico e industrial en un momento de tensión y conflicto del campo pampeano-bonaerense.

A nivel local, en abril de 1997 el municipio de Cañuelas propuso la construcción de un monolito en conmemoración del Pacto en la ruta 205 y la avenida Libertad de la ciudad de Cañuelas (Ordenanza Municipal N° 1.186). Posteriormente, además de las investigaciones de Moreno y la reciente creación de la bandera del municipio,⁴ en el año 2006 las estancias La Caledoña y San Martín fueron declaradas “Patrimonio Cultural del partido de Cañuelas” (Ordenanza Municipal N° 2.237), junto a otros 41 lugares. Específicamente se incluyeron: el puente de acceso (siglo XIX), el casco histórico (1823) y uno de los galpones (1840) de La Caledoña; y el casco histórico y parque (1865-1940), el primer sector de fábrica de La Martona, el galpón n° 8 (1885) y el palomar (siglo XIX) de San Martín. De esta forma, ambas estancias se consolidaron oficialmente como patrimonios locales —una de ellas como provincial— y nacionales.

4 La bandera consta de tres franjas: una superior de color celeste, que simboliza pureza y pertenencia al territorio nacional; otra mayor, blanca, haciendo referencia a Cañuelas como “Cuna de la Industria Lechera Nacional”, y la inferior, verde, representando la fertilidad del suelo, la esperanza y su pertenencia al provincia. En el centro luce una figura radial conformada por cuatro cañas cruzadas de color amarillo-ocre en homenaje al nombre del distrito (Ordenanza Municipal 2.386).

Títulos de nobleza II: la creación de la fiesta del dulce de leche y su conformación como atractivo turístico

En el mismo año 1996 representantes de la municipalidad de Cañuelas habían dado inicio a la solicitud de patrimonialización nacional de la estancia San Martín, junto a gestionar los trámites necesarios para crear localmente el Día del Dulce de Leche. La fecha elegida fue, efectivamente, el 24 junio, en el marco de la firma del Pacto de Cañuelas (Ordenanza Municipal N° 1.154). La misma normativa promovía la organización de la Fiesta del Dulce de Leche y su registro formal —junto al Día del Dulce de Leche— en la Secretaría de Turismo bonaerense.

Desde que se estableció la Fiesta del Dulce de Leche la misma fue declarada, junto al evento en la que se enmarca —la Expo Rural—, de “Interés Municipal” (Ordenanza Municipal N° 1.335/1998, 1.445/1999 y 1.570/2000). La relevancia de esa celebración le valió que la ya denominada capital de la “industria láctea” sea también declarada de “Interés Turístico Nacional” y que en el año 2007 alcanzara una nueva escala de activación al ser reconocida como “Fiesta Provincial”. Para el 2011, la fiesta ya aparecía promocionada en la Guía de Fiestas Populares de la Secretaría de Turismo bonaerense, guía que se registra un calendario con 327 celebraciones, buscando motivar el flujo continuo de visitantes a lo largo del todo el año y en diferentes puntos del territorio mediante la diversidad de fiestas. Cabe señalar que la Secretaría de Turismo bonaerense en el año 2008 creó la Dirección de Festejos Populares, otorgando relevancia a este tipo de prácticas y eventos.

En el año 2012, el municipio de Cañuelas presentó el proyecto al gobierno provincial para que la localidad se declare “Capital del Dulce de Leche”. Entre los fundamentos se mencionan el mito de origen del dulce de leche; que en ese distrito se estableció la industria láctea La Martona; que de forma sostenida se viene organizando la Fiesta del Dulce de Leche con gran difusión provincial y nacional, y que la misma fue declarada fiesta a nivel provincial (Ordenanza Municipal N° 60). Desde el 2016 se encuentra en evaluación como proyecto de Ley (expediente S-3547/17) para que Cañuelas sea elevada a “Capital Nacional del Dulce de Leche”, proponiéndose además ser “sede oficial de la Fiesta”, buscando su exclusividad (InfoCañuelas, 2016). Cabe mencionar que en la provincia de Santa Fe, donde existe una importante producción láctea, también se organiza la Fiesta del Dulce de Leche en la localidad de Arroyo Aguiar desde el 2009 (FM Power Max, 2021). Finalmente, desde el Instituto Nacional de Tecnología Industrial/INTI en algún momento se planteó la posibilidad de crear una Ruta del Dulce de Leche e impulsar investigaciones al respecto para conseguir certificaciones de denominación geográfica, pero ambos proyectos no prosperaron por falta de interés y recursos (entrevista a Valle de Goñi, 2017).

A pesar que numerosos reconocimientos alcanzados en Cañuelas colocan al mito de la invención del dulce de leche entre los argumentos, el historiador y divulgador argentino Daniel Balmaceda cuestiona la fecha de su creación en Cañuelas y que sea un invento argentino (Balmaceda, 2017: 2016). En varias notas otorgadas a medios periodísticos propone la hipótesis de que tal vez los escritores argentinos Adolfo Bioy Casares y Jorge Luis Borges hayan sido los responsables de

elaborar el mito.⁵ A su vez, actores locales del área de patrimonio también sostienen que: “[el director de turismo] inventó el tema del dulce de leche. El dulce de leche es muy anterior a que Cañuelas existiera. [...] Lo que sí es importante es que la estancia San Martín es la cuna de la industria lechera” (entrevista a Moreno, 2017). Pero estas afirmaciones no invalidan que el mito de creación del dulce de leche y de la fiesta no se hayan legitimado mediante normativas declaratorias, logrando aumentar así la escala de sus activaciones. El mito restituye una imagen natural de una real y ya no importa si es falso o verdadero, simplemente es y otorga simplicidad al relato (Barthes, 2010).

Reconocimientos turístico-patrimoniales como estrategias de valorización de la producción local

Como señalamos, la Fiesta del Dulce de Leche comenzó a celebrarse en 1997, un año antes de la creación de Dirección de Turismo, buscando convertir a Cañuelas de un lugar de paso en un destino turístico (entrevista a funcionario de área turismo, 2017). En ese marco, el tema del dulce de leche permitiría al municipio “impulsar una fiesta de carácter turístico [...] y seguir algunos lineamientos de planificación en virtud del proyecto de la autopista” (entrevista a funcionario de área turismo, 2017). Una autopista que contribuía en hacer más accesible y acotar distancias entre el municipio y ciudades como Buenos Aires o La Plata.

Aunque la fecha del Día del Dulce de Leche es en junio, la fiesta suele conmemorarse durante la primavera y más recientemente en otoño, para garantizar mayor convocatoria. El evento dura tres días incluido un fin de semana. Es organizada en un predio de 13 ha sobre la ruta 205 y consta de un patio de comidas, actividades culturales, recreativas y la realización de shows musicales importantes. A su vez, la fiesta cuenta con una feria de productores y productoras de dulce de leche locales y no locales (Figura 3A) y exponen aquellos concursos ganadores como estrategia de venta (Figura 3B). De hecho, en el marco de la fiesta se organizan dos concursos sobre el mejor dulce de leche: uno votado por expertos y expertas invitadas/os y otro a partir de la opinión del público. Entre los jurados encontramos representantes del Ministerio de Asuntos Agrarios y del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), quienes evalúan textura, color, aroma, sabor y eligen dos tipos: familiar y reposterero.

Si bien las provincias de Santa Fe, Córdoba y Buenos Aires se caracterizan por su producción láctea,⁶ particularmente en Cañuelas son pocos los productores y productoras locales que manufacturan el dulce de leche como producto derivado. Estas productoras y productores son convocados a participar en la feria de la Fiesta del Dulce de Leche: Mayol, Del Bueno, Escuela Agronómica Don Bosco y Valle de Goñi, ubicados en el pueblo de Uribelarrea. Durante el año 2017

5 Véase, por ejemplo, <<https://www.unoentrerios.com.ar/a-un-click/el-dulce-leche-no-es-un-invento-argentino-n1252633.html>>; <<https://www.noticiasdel6.com/dia-del-dulce-de-leche-origen-y-receta-del-manjar-argentino/>> (consultado 04/05/2021).

6 Según el SENASA, la primer provincia concentra un 35% de unidades productivas y la segunda un 30%, mientras que la tercera un 24% (AAEA, 2012).

se realizaron entrevistas a tres de los cuatro productores mencionados; a excepción de Mayol y Del Bueno, que cuentan con una amplia red de comercialización, los otros dos emprendimientos venden su producto localmente y ocasionalmente en otros lugares, cuando son invitados a participar de ferias, como Caminos y Sabores en la ciudad de Buenos Aires o eventos en el marco del programa bonaerense Pueblos Turísticos, del cual Uribelarrea forma parte. En general fabrican dos o más variedades de dulce de leche, muchos de ellos sin la utilización de conservantes y con materia prima propia, como Don Bosco y Valle de Goñi —este último produce con leche de cabra—. Los emprendimientos, junto a otros productores, productoras, artesanas y artesanos —sumando un un total de sesenta personas— forman parte del grupo Feria Rural, organizada por el municipio. Ello les permite participar de la feria que se dispuesta el segundo domingo de cada mes en la sede de la Asociación Rural de Cañuelas, mientras que el municipio les brinda asistencia logística. El mayor apoyo otorgado por el municipio es la promoción y participación de eventos locales, regionales o nacionales.

A pesar de los títulos que Cañuelas ha obtenido en relación a la producción láctea de antaño, uno de los productores de dulce de leche comenta que “fue cuna lechera, Cañuelas hoy está muy depreciado. Quedan muy pocos tambos. Se han cerrado más de 190 tambos en lo que es el partido de Cañuelas” (entrevista a don Bosco, 2017). Sin embargo, para quienes subsisten en el negocio, el lugar de producción les confiere cierto reconocimiento: “nos sirve particularmente también Cañuelas, ya está hace más de diez años con la Fiesta Provincial del Dulce de Leche que se hace en el mes de noviembre, entonces eso revitaliza mucho al industria láctea” (entrevista a Don Bosco, 2017).

para nosotros que caímos en un partido [...] que es la cuna del dulce de leche en Argentina, o por lo menos mentimos así, queremos que todo el mundo crea eso, hace casi 21 años se lleva adelante la Fiesta del Dulce de Leche. [...] Ha sido muy bueno [...] para el resto de los emprendimientos que hacen dulce de leche asociar a Cañuelas con el dulce de leche y por supuesto una estrategia del gobierno de llevar adelante nuestro dulce de leche [...] y de otros colegas que siempre están presentes. (entrevista a Valle de Goñi, 2017)

En ambos testimonios destaca la asociación de Cañuelas ya no tanto con la producción láctea sino con el dulce de leche en sí y la oportunidad que la fiesta les brinda como ámbito para la promoción y comercialización de sus productos. En cuanto a los concursos realizados en el marco de la celebración, sostienen: “por lo menos es una distinción a nivel general. Es una fiesta en la cual pasan más de 100.000 personas en los tres días que dura el evento y entonces, bueno te da un renombre, ¿no?” (entrevista a don Bosco, 2017).

Figura 3. (A) Feria del Dulce de Leche y (B) stands de venta exhibiendo los premios
Figure 3. (A) Sweet Milk Fest and (B) stands displaying the awards



Fuente: registro personal. Source: personal record.

Cabe señalar que a pesar de que Valle de Goñi elabora y vende sus productos en la Fiesta del Dulce no tiene permitido participar de los concursos por normativa, ya que cuando se habla de dulce de leche este debe ser manufacturado con leche vacuna. “Podríamos participar de algún certamen si se abriera la posibilidad o si existiera, por lo que han dicho los técnicos, otros dulces de leche de cabra que compitieran” (entrevista a Valle de Goñi, 2017). Además, sostienen que si bien es gratificante recibir distinciones por la calidad del producto ello “no se traduce en ventas”. No obstante, en Cañuelas existe la marca local “Hecho en Cañuelas” con el propósito de agregar valor a la producción local que forma parte de Feria Rural (entrevista a Don Bosco, 2017).

La marca Hecho en Cañuelas y los reconocimientos turístico-patrimoniales que asocian a Cañuelas con la creación del dulce de leche permite a pequeños productores de ese alimento y agrarios, emprendedoras y emprendedores, artesanos y artesanas, por una parte, a configurar una “renta monopólica” sobre el dulce de leche y obtener un usufructo de ello. Es decir, generar el control de algún recurso o lugar de “calidad especial” por parte de algunos actores les permite crear una renta exclusiva, ya sea de manera directa, mediante la comercialización del recurso

o lugar mismo, o indirectamente, a través de un servicio asociado a él (Harvey, 2007). Por otra parte, les habilita nuevos espacios de comercialización (Espeitx, 2004) gracias a la fiesta, la Feria Rural y otros ámbitos a los que son convocados por medio del municipio o del programa Pueblos Turísticos de la provincia.

Así, la Fiesta del Dulce de Leche, junto a otras iniciativas enmarcadas dentro de las propuestas de turismo rural que promueve el municipio (Galmarini, 2010), como la promoción de otros festejos populares, el corredor gastronómico y los pueblos, los emprendimientos orientados por actores no estatales locales (Casal, 2004) y las iniciativas impulsadas por la Secretaría de Turismo bonaerense, se presentan como estrategias de desarrollo local del territorio cañuelense.

Consideraciones finales

En el presente artículo introducimos el caso de la Fiesta del Dulce de Leche que se organiza en Cañuelas, Argentina, y examinamos cómo fue el proceso por el cual llegó formalizarse como patrimonio cultural y como atractivo turístico provincial. En dicho marco, interesa destacar los siguientes puntos.

Primero, los criterios implementados para crear y legitimar la fiesta y la producción local del Dulce de Leche recuperaron diversas fuentes y hechos: el mito más difundido sobre la invención del dulce de leche en Argentina, eventos históricos avalados por documentación científica, varios reconocimientos y certificaciones. Los documentos y fuentes utilizados destacan biografías e hitos pasados que forman parte de la historia local pero que justifican su trascendencia nacional, para construir consensos y legitimar el merecimiento de las declaratorias pretendidas. Segundo, los títulos alcanzados contribuyeron a otorgarle “valor agregado” y “autenticidad” (Álvarez y Sammartino, 2009; Frigolé, 2010) al dulce de leche, a la vez que posibilitaron impulsar la recuperación y comercialización de la pequeña producción local que ha logrado persistir a pesar de las crisis del campo. Por otra parte, ayudaron a que Cañuelas adquiera reconocimientos que aumentaron la escala de activación del municipio como “cuna de la industria láctea” pero por sobre todo como la “capital del dulce de leche”. En tal sentido, la Fiesta del Dulce de Leche logró constituirse como un evento provincial. Es decir, se pasó de una escala local a una localizable en términos de Prats (2005). Para ambos casos —localidad y celebración—, funcionarios y funcionarias del municipio continúan trabajando para promover el “salto de escala”, de provincial a nacional. Dichos procesos y reconocimientos no se producen espontáneamente, sino que requieren de la participación de una serie de actores —funcionarios municipales, expertos, historiadoras e historiadores, especialistas en patrimonio, residentes locales— que construyen sus redes de contactos para promover y agilizar los diversos reconocimientos y lograr así una ampliación de las activaciones. Cuarto, los procesos son acompañados de discursos. En el caso de Cañuelas, las “narrativas escalares” que se configuraron para lograr los diversos títulos y certificaciones promocionan un ámbito rural que mantiene sus paisajes y prácticas agrarias tradicionales —que en realidad han sido reconfiguradas particularmente postcrisis económica del 2001— pero que a la vez habilitan la incorporación de innovaciones y nuevas especializaciones del capital. Quinto, estos procesos de valorización turístico-patrimoniales, y los discursos en torno a ellos, están motivados por intereses no solo socioculturales sino además económicos, que lograron

consolidar a Cañuelas como un lugar turístico a partir de un evento tan relevante como la Fiesta del Dulce de Leche. En ese sentido, los elementos culturales —como las celebraciones y la producción local— se tornan recursos fundamentales para singularizar los destinos y garantizar el flujo de visitantes y turistas, a la vez que permite ampliar las ofertas ya consolidadas de una localidad (Álvarez y Sammartino, 2009).

Finalmente, las celebraciones se presentan como un evento que no solo valoriza aspectos identitarios, culturales y patrimoniales, sino que además se constituyen como recursos flexibles y versátiles en los que se puede ofrecer una amplia diversidad de alternativas de entretenimiento como ferias, concursos, desfiles, demostraciones y shows, junto a la invitación de conocer nuevos lugares y sus costumbres. A su vez, resultan atractivos tanto para turistas como para pobladores y pobladoras locales, pues suelen involucrar a las comunidades en su organización, fomentando la participación e interacción entre ellos. En este marco es que los procesos de patrimonialización y turistización sirven como estrategias de apropiación y conformación de “rentas monopólicas” de ciertos elementos y prácticas con los cuales visibilizar determinadas localidades, al configurar productos culturales diferenciados, habilitando a determinados actores el usufructo directo o indirecto de los mismos; a la vez que abre la posibilidad de configurar o acceder a nuevos mercados que anteriormente no eran accesibles o no se encontraban disponibles, fomentando además la atracción de nuevas inversiones. En tal sentido es que ambos procesos resaltan como herramientas de desarrollo local y dinamizadores del territorio, y vale la pena continuar indagando cómo continúan desarrollándose estos procesos a futuro.

Bibliografía

- AAEA. (2012). *La lechería argentina: estado actual y su evolución (2008 A 2011)*. Buenos Aires, Asociación Argentina de Economía Agraria.
- Aguirre, P. (2017). *Una historia social de la comida*. Buenos Aires, Lugar.
- Álvarez, M. y Sammartino, G. (2009). “Empanadas, tamales y carpaccio de llama. Patrimonio alimentario y turismo en la Quebrada de Humahuaca - Argentina”. *Estudios y perspectivas en turismo* 18(2): 161-175.
- Balmaceda, D. (2017). *La comida en la historia argentina*. Buenos Aires, Sudamericana.
- Barthes, R. (2010). *Mitologías*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- Cañuelas Gobierno Municipal (2021a). “Información demográfica”. *Cañuelas Gobierno Municipal*. En <https://www.canuelas.gov.ar/index.php/canuelas/informacion-demografica> (consultado 04/05/2021).
- _____. (2021b). “Historia y cultura”. *Cañuelas Gobierno Municipal*. En <https://www.canuelas.gov.ar/index.php/canuelas/historia-y-cultura> (consultado 04/05/2021).



- Casal, L. (2004). *Turismo rural en Cañuelas: análisis del potencial de una nueva alternativa económica para la zona del abasto sur*. Tesis de licenciatura. Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires.
- Castro, H. y Pérez Winter, C. (2018) “¿Alimentos con identidad? El Dulce de Leche como producto argentino”. En Oliveira, MA., Brambilla, A. y Vanzella, E. (orgs.). *Processos sociais: sistemas culinários em contexto de deslocamentos, construções de identidades, memórias e patrimônios*. Serie Alimentação e Cultura. João Pessoa, Editora do CCTA, UNIRIO-GCET: 235-260.
- Dirección Nacional de Lechería (2021a). “Balance lácteo nacional (millones de litros equivalentes por año 2015-2020)”. *Argentina unida*. Buenos Aires, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. En https://www.magyp.gob.ar/sitio/areas/ss_lecheria/estadisticas/balance/_archivos/BL003.php (consultado 04/05/2021).
- _____. (2021b). “Mercado interno”. *Argentina unida*. Buenos Aires, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. En https://www.magyp.gob.ar/sitio/areas/ss_lecheria/estadisticas/_04_interno/index.php#collapseAtlas (consultado 04/05/2021).
- Espetix, E. (2004). “Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular”. *Pasos* 2(2): 193-213. DOI <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2004.02.016>
- FM Power Max (2021). “Diputados declaró de interés la 7ª Fiesta del Dulce de Leche de Arroyo Aguiar”. *Radio Power Max*. En <https://www.fmpowermax.com.ar/diputados-declaro-de-interes-la-7a-fiesta-del-dulce-de-leche-de-arroyo-aguiar/> (consultado 04/05/2021).
- Frigolé, J. (2010). “Patrimonialization and the Mercantilization of the Authentic. Two Fundamental Strategies in a Tertiary Economy”. En Roigé Ventura X. y Frigolé J. *Contracting Cultural and Natural Heritage. Parks, Museums and Rural Heritage*. Girona, Institut Català del Patrimoni Cultural: 13-24.
- Galmarini, M. (2010). “El turismo rural como dinamizador del desarrollo local en Lobos y Cañuelas”. *Foros Regionales Red Muni 2010 “La Agenda Local del Bicentenario”*. Salta, 12 y 13 de agosto de 2010.
- García Ledesma, L. (1994). *Historias de Cañuelas*. Cañuelas, Municipalidad de Cañuelas.
- Gómez, F. y Zubizarreta, I. (2013). “Vicente L. Casares y el nacimiento de la industria láctea: el caso de La Martona”. *Revista de Instituciones, Ideas y Mercados* 58: 19-46.
- González, S. (2010). “Las narrativas escalares de la globalización. Neoliberalismo y ciudades competitivas”. En Fernández, VR. y Brandão, C. *Escalas y políticas de desarrollo. Desafíos para América Latina*. Buenos Aires, Miño y Dávila: 123-149.
- González Maraschio, F. (2008). “Nuevas dinámicas rurales en partidos del noreste bonaerense. Una aproximación desde los usos del territorio”. *2º Jornadas Nacionales de Investigadores de Economías Regionales*. Tandil, Universidad del Centro de la Provincia de Buenos Aires.

- Harvey, D. (2007). "El arte de la renta: la globalización y la mercantilización de la cultura". En *Espacios del capital. Hacia una Geografía crítica*. Madrid, Akal: 417- 445.
- InfoCañuelas (2016). "Arrieta propuso a Cañuelas como 'Capital del Dulce de Leche'. *InfoCañuelas*. En <https://www.infocanuelas.com/cultura-y-eventos/arrieta-propuso-a-canuelas-como-capital-del-dulce-de-leche> (consultado 04/05/2021).
- Lacoste, P. y Aruj, A. (2020). "Antropología, Cultura y Enoturismo en la Fiesta Nacional de la Vendimia (Mendoza, Argentina)". En Compés López, R. y Szolnoki, G. *Innovative and Sustainable Wine Tourism. National and International Successful Models*. Madrid, Caja Rural de España.
- Mayo, CA. (2004). *Estancia y sociedad en la Pampa (1740-1820)*. Buenos Aires, Biblos.
- Moreno, C. (2008). *Cosas del campo bonaerense*. 3 volúmenes. Buenos Aires, Comisión Nacional de Museos y de Monumentos y Lugares Históricos.
- _____. (1998). *Patrimonio de la producción rural en el antiguo partido de Cañuelas*. Buenos Aires, ICOMOS.
- _____. (1996). *Cañuelas cuna de la industria lechera argentina*. Buenos Aires, ICOMOS.
- _____. (1991). *Patrimonio de la producción rural en el antiguo partido de cañuelas*. Buenos Aires, ICOMOS.
- _____. (1988). *Un pasado, un futuro. San Martín en Cañuelas*. Buenos Aires, ICOMOS.
- Pérez Winter, C. (2018). *Patrimonio y procesos de patrimonialización en dos "pueblos" de la provincia de Buenos Aires (Argentina)*. Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires.
- Prats, L. (2005). "Concepto y gestión del patrimonio local". *Cuadernos de Antropología Social* 21: 73-35.
- Rockwell, L. (2011). *La experiencia etnográfica. Historia y cultural en los procesos educativos*. Buenos Aires, Paidós.
- Zusman, P., Scifoni, S., Pérez Winter, C. y Castro, H. (2018). "Políticas de escala y ajustes del patrimonio. Encuentros y desencuentros entre los procesos de preservación de paisajes y revitalización urbana". En Zusman, P. y Lencioni, S. *Processos territoriais contemporâneos. Argentina e Brasil: ideias em circulação*. Rio de Janeiro, Consequência: 87-102.

* * *

RECIBIDO: 11/08/2020
VERSIÓN FINAL RECIBIDA: 04/01/2021
APROBADO: 05/09/2020
PUBLICADO: 11/05/2021

