

La mediatización del comer. Imágenes de la cultura alimentaria en escenarios patrimoniales en Córdoba, Argentina

The mediatized eating. Food culture images in patrimonial scenarios in Córdoba Argentina

María Lis DEL CAMPO

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

marialisdeldelcampo@unc.edu.ar

Mara REMONDEGUI

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

mararemondegui@gmail.com

BIBLID [ISSN 2174-6753, Vol.23(1): a2308]

Artículo ubicado en: encrucijadas.org

Fecha de recepción: 6 de noviembre de 2022 || Fecha de aceptación: 17 de junio de 2023

Resumen

La valorización de la cultura alimentaria funciona como una de las modalidades en que se expresan transformaciones materiales y simbólicas que anclan en procesos de patrimonialización y turistificación propios de la urbanidad contemporánea. El 'comer auténtico' —mediatizado y mercantilizado— se posiciona como práctica de consumo sociocultural que, vinculada al disfrute, exalta valores estéticos y afectivos y cuya modalidad expresiva y perceptiva predominante es lo visual. De aquí que este trabajo propone reflexionar sobre las imágenes y su conexión con las transformaciones en la percepción social, el espacio urbano y las relaciones sociales a fin de aportar a la comprensión de los procesos alimentarios en su complejidad en el escenario cordobés del presente. Para ello recopilamos y reunimos imágenes- trazo que dan cuenta de un momento puntual de la sensibilidad social y que hemos abordado desde su descomposición y relocalización. La interconexión de aspectos en apariencia sin relación ha posibilitado la lectura de pistas históricas en relación a la vivencia del cuerpo y la mirada, la comensalidad, el lugar de la crítica y la conformación de territorios-mercancía como mecanismos que participan de la regulación de los modos de vivir y sentir actuales, así como del ordenamiento de las relaciones sociales del presente.

Palabras clave: alimentación; imágenes; patrimonio; turismo; ciudad.

Abstract

The valorization of food culture works as one of the modalities in which material and symbolic transformations are expressed that anchor in processes of patrimonialization and turistification typical of contemporary urbanity. 'Authentic eating' -mediatized and mercantilized- is being positioned as a sociocultural consumption practice that, linked to enjoyment, exalts aesthetic and affective values and whose predominant expressive and perceptive modality is the visual. Hence this paper proposes to explore images and their connection with transformations in social perception, urban space and social relationships in order to contribute to the understanding of food processes in their complexity in the current scenario of Córdoba, Argentina. For this purpose, we compiled and gathered images-trace that capture a specific moment of social sensibility and we have approached from their decomposition and relocation. The interconnection of apparently unrelated aspects has made possible the reading of historical clues in relation to the living experience of the body and the gaze, commensality, the role of criticism and the conformation of territories-commodities as mechanisms that participate in the regulation of current ways of living and sensation, as well as in the ordering of the social relations of the present.

Keywords: feeding; images; patrimony; tourism; city.

Destacados

- El 'comer' se despliega en un triple registro: sensible, afectivo y social
- El 'comer auténtico' performa una imagen de los territorios mercancía
- Reconocer pistas históricas de la experiencia social del comer en imágenes
- Imágenes-trazo del comer que dan cuenta de un estado de la sensibilidad social

Cómo citar

del Campo, María L. y Mara Remondegui (2023). La mediatización del comer. Imágenes de la cultura alimentaria en escenarios patrimoniales en Córdoba, Argentina. *Encrucijadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 23(1), a2308.

Financiación

Este trabajo ha sido financiado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) mediante el proyecto "Urbanizaciones turísticas en la provincia de Córdoba en la última década: trama y conflictos socio-urbanos en contextos de patrimonialización y turistificación" (2018–2022), y en el marco de una beca de Doctorado por la misma institución.

1. Introducción

'Comer' o 'juntarse a comer' son acciones que trascienden la función práctica del alimento. En esas acciones se establece una relación dialéctica entre sustancia y circunstancia (Barthes, 2006; Montanari, 2014) en que sus significados se construyen con base en asociaciones culturales posibles —y pensables— en un tiempo-espacio determinados.

En contextos urbanos turistificados, bajo el argumento del valor patrimonial, se viene produciendo una tendencia a la valorización de las gastronomías locales como experiencias auténticas asociadas a la recuperación de 'la tradición', 'la identidad' y 'las emociones'. Estas expresiones, enunciadas y promovidas por el Estado y el mercado, se constituyen como dimensiones significativas de la cultura que la vuelven digna de ser experimentada. Así, el sentido de la comida se configura como práctica sociocultural vinculada al disfrute y el entretenimiento que exalta valores estéticos y afectivos, a la vez que mercancía experienciable para visitantes y locales.

La ciudad y la provincia de Córdoba vienen adhiriendo a esta tendencia en el marco de una serie de transformaciones territoriales que confluyen en un triple proceso: gentrificación, patrimonialización y turistificación (Espoz y del Campo, 2018) para obtener competitividad a nivel nacional e internacional. Estas transformaciones convergen en lo que Harvey (2004: 113) denomina "acumulación por desposesión"; es decir, la conversión en mercancía de objetos, prácticas, saberes y espacios que no eran concebidos como tales y que, incorporados a estas dinámicas, son expropiados generando plusvalor y restringiendo su uso a sectores sociales con capacidad económica y simbólica de adquirirlos. La cultura alimentaria patrimonializada¹ funciona entonces como una de las modalidades expresivas de estas transformaciones mediante la configuración de polos gastronómicos, ferias, festivales, rutas y circuitos que van orientando recorridos e interacciones² estructurados por clase social (Boito y Espoz, 2014).

La oferta gastronómica *gourmetizada*, que hoy se pone en valor por 'autenticidad' requiere ser comprendida en el marco del devenir histórico de las sociedades encontrando su expresión más contundente con el advenimiento del sistema capitalista y su inscripción en un determinado estado de la sensibilidad social hoy basada en un régimen de la mirada.

¹ "Córdoba cuenta con un sinfín de opciones para disfrutar y descubrir, a través del paladar, la identidad cultural de su pueblo. Nuestra provincia abre sus puertas a los turistas para que descubran su potencial y patrimonio gastronómico, para que saboreen los productos de estas tierras, para que conozcan los ciclos productivos y valoren las tradiciones locales y el amor depositado en la elaboración de cada alimento", enunciado por Agencia Córdoba Turismo en Instagram oficial. Disponible en: www.instagram.com/turismocba

² La Agencia Córdoba Turismo propone en su página web y redes sociales la gastronomía en vinculación con "Los Caminos del Vino", los productores turísticos del interior de Córdoba por regiones, Festivales, actividades culturales, Catálogo de Experiencias, entre otros. Disponible en: www.cordobaturismo.gov.ar

Este artículo tiene como objetivo reflexionar sobre las imágenes del comer y su vinculación con las transformaciones en la percepción social, el espacio urbano y las relaciones sociales a fin de aportar a la comprensión de los procesos alimentarios que atraviesan y performan los escenarios del presente cordobés.

El artículo se ha estructurado de la siguiente manera: en un primer apartado nos detenemos en la construcción de itinerarios gastronómicos a partir de un abordaje del comer como práctica del cuerpo en su triple dimensión: sensible, afectiva y social, es decir, como actividad cognoscitiva que implica siempre una relación con el mundo. En contextos de mediatización y mercantilización de la experiencia, podemos pensar el incremento del valor exhibitivo de la cultura alimentaria patrimonializada como mecanismo de regulación de la sensibilidad que se inscribe en la relación cuerpos-espacio propia de las sociedades actuales. Allí, la gastronomía se produce en lógicas de producción/consumo vinculadas a paisajes, memorias e identidades con una activa participación (real, potencial o imaginaria) en la "fabricación de lugares" (Lash y Urry, 1998) que son parte de mecanismos de separación/fragmentación social. Presentamos además algunos datos contextuales de la ciudad y la provincia de Córdoba.

En un segundo apartado presentaremos algunas consideraciones teóricas que nos permiten fundamentar la importancia de indagar las imágenes sobre el comer. Recuperamos los aportes del situacionismo sobre las sociedades espectaculares, así como algunas indagaciones de Walter Benjamin respecto del desarrollo de la técnica en la época moderna para comprender mutaciones en la percepción social que sitúan a la mirada como eje para la configuración de una sociabilidad (y por ende, una comensalidad) basada en la apariencia.

A continuación, desde una perspectiva que busca posicionar a las imágenes en la producción de conocimiento y no como meras ilustraciones, realizamos el rastreo de pistas históricas mediante su descomposición y relocalización en la búsqueda de nuevas conexiones y sentidos. Para la conformación del corpus de análisis recopilamos y reunimos imágenes que expresan cómo se fue conformando el 'comer con la vista', las cuales hemos puesto en interconexión desde los siguientes atravesamientos (pistas): el lugar del cuerpo y la mirada, la comensalidad, la crítica y los territorios-mercancía. Se trata de imágenes-trazo que dan cuenta de un momento puntual de la sensibilidad social: el grabado sobre el gigante Gargantúa de Paul-Gustave Doré (1873), el grabado titulado "La biblioteca del gourmand del siglo XIX" incluido en uno de los *Almanach des Gourmands*, publicados por el crítico gastronómico Baltazhar Grimod (1803-1812), y fotografías promocionales de las rutas gastronómicas de la provincia de Córdoba al mundo en la plataforma de contenidos culturales Google Arts & Culture perteneciente al proyecto digital "Argentina a la mesa" (2020), destinado a visibilizar los platos y cocinas típicos de diferentes regiones de nuestro país. Por último, esbozamos algunas conclusiones finales que se desprenden de este trabajo.

2. El 'comer patrimonializado': Itinerarios sensoriales del presente

Entre una heterogeneidad de discursos, la gastronomía propone un lenguaje particular para hablar, vivir y sentir la comida al tiempo que va modificando la trama del comer contemporáneo. Los recorridos gastronómicos se imponen desde la exaltación de la dimensión sensorial, afectiva y creativa, a la vez que entrecruzan el saber culinario profesionalizado y jerarquizado, y el repertorio de técnicas, ingredientes y conocimientos locales, regionales o nacionales. Las prácticas alimentarias y culinarias aparecen así rearmadas de manera novedosa como opciones recreativas vinculadas al disfrute y la aproximación a identidades socioculturales otras. En este marco, las culturas alimentarias³ se vuelven susceptibles de patrimonialización por diferentes vías, a la vez que recurso turístico, orientando recorridos y percepciones sobre lo que constituye la comida auténtica pero también como mediación para disfrutar de entornos considerados de valor histórico y cultural⁴.

En la provincia de Córdoba, la estetización del comer aparece de manera notoria y desigual en el marco de transformaciones urbanas tendientes a convertirla en un destino turístico internacional impulsada por el estado provincial. En esta dinámica de intervención/gestión la lógica patrimonial emerge como modalidad política para 'recuperar' la memoria colectiva y poner en valor determinadas zonas, espacios y prácticas apelando a su importancia histórica y cultural.

En el marco de la sinergia Estado/mercado, se promueven modelos de cocina tradicional y regional a través de rutas o circuitos gastronómicos con base en categorías como afirmación identitaria, autenticidad, originalidad o tradición (Espeitx, 2004; Matta, 2015; Laborde y Medina, 2015) considerados pilares para el desarrollo del turismo (Álvarez, 2005). Allí se conjugan dos aspectos: la inscripción de ciertas prácticas y saberes alimentarios en el régimen de visibilidad como socialmente deseables; y la reactualización de la búsqueda de inserción en el mercado global por vía de 'marcas' que apropian, yuxtaponen, alteran y desplazan ritmos, gramáticas y sentidos de las identidades culinarias⁵. De esta manera, se organizan eventos gastronómicos promovidos

³ Cultura alimentaria refiere a técnicas de producción y elaboración y a sus productos. También valores, creencias, usos, costumbres y formas de consumo asociadas, con lo cual, en tanto expresiones de una cultura son potencialmente patrimonializables (Espeitx, 2004). De allí que puedan devenir patrimoniales tanto recetas de cocina, prácticas de producción, productos alimentarios, saberes culinarios y espacios de la comensalidad.

⁴ A modo de ejemplo, Barrio Güemes en la ciudad de Córdoba constituye un espacio gentrificado y patrimonializado bajo el argumento del valor histórico y cultural de las edificaciones y prácticas de antaño. No obstante, las opciones gastronómicas predominantes se caracterizan por una oferta relativamente homogénea para un público joven, como es el caso de las hamburguesas y la cerveza artesanal (Torres y del Campo, 2019).

⁵ En un análisis de la folletería de tres regiones turísticas (Ansenúza, Noroeste y Traslasierra) se logró caracterizar la participación diferencial de las localidades en las rutas gastronómicas según: a) Fortaleza de producto ("Camino del olivo", "Camino del vino) —en articulación con actores privados consolidados como aceiteras y bodegas— (calidad); b) Selección de ingredientes 'típicos' que conforman una marca-ciudad; c) experiencias gastronómicas complementarias a visitas a entornos naturales o a la conexión

por el estado provincial (Agencia Córdoba Turismo) y organizados en una agenda anual en vinculación con las distintas regiones turísticas a modo de "itinerarios" (Espoz y del Campo, 2018). Entre los más relevantes se encuentran: la Fiesta Provincial del Cabrito y la Artesanía en Quilino y Villa Quilino (febrero), el Festival de la masa vienesa en Villa General Belgrano (abril), la Fiesta Nacional del Salame Casero en Oncativo (agosto); Fiesta de las Comidas Típicas en Alpa Corral (noviembre). En el caso de la capital podemos nombrar la Expo *Delicatessen & Vinos* (mayo).

Esta modalidad, reconocida como turismo gastronómico que busca interpelar a comensales de elevado nivel educativo y adquisitivo —*foodies*—, no se limita a los visitantes, sino también a los residentes devenidos turistas en su propio territorio. El conjunto de transformaciones materiales y simbólicas que remiten a lo patrimonial-turístico, indisociables de los procesos de reestructuración urbana neoliberal que implica la gentrificación (Delgadillo, 2016), produce sentidos en relación a los territorios, sus prácticas y habitantes. En esta dirección, Boito y Espoz (2014) han estudiado diferentes intervenciones que atraviesan la toma de decisiones (conformación de formas de hábitat, planificación de la circulación, focalización de obras para el disfrute o la memoria, etc.) tanto del Estado como del Mercado en la ciudad de Córdoba. Solo por mencionar las más importantes, con la implementación del Plan Director (2008-2020) se procedió a la "remodelación" de la zona céntrica de la ciudad ampliando calles y avenidas para el circuito turístico, la restauración de edificios antiguos y la creación de zonas para el entretenimiento, se amplió el catálogo de bienes patrimoniales y se declaró al cuarteto y al humor como patrimonio intangible cultural de los cordobeses (Espoz y del Campo, 2018). Asimismo, la provincia de Córdoba está integrada en Regiones Turísticas compuestas por Áreas con base en su proximidad geográfica, identidad cultural y potencialidad turística de acuerdo al Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2006 y de Turismo Sostenible 2017. El ámbito territorial de este último alcanza las regiones turísticas y los municipios y comunas comprendidos por la ley de Reglamentación Turística de la Provincia de Córdoba N° 10312/15. Esta lógica de organización y planificación "estratégica" va disolviendo la distinción entre lo urbano y lo rural configurando un conjunto de espacios de desarrollo geográfico y cultural desigual. En consecuencia, algunas localidades de la provincia de Córdoba de escala media/intermedia se reconfiguran a partir del turismo como motor de desarrollo económico aun cuando hasta hace una década atrás tenían otro modelo de desarrollo productivo⁶.

entre localidades (Ruta Gastronómica "Los sabores de Pocho" y "los subproductos gastronómicos derivados de la Mar Chiquita") (del Campo y Salcedo, 2020).

⁶ En numerosos municipios la pérdida de rentas por la agricultura de las últimas dos décadas impulsó la generación de rentabilidad vía desarrollo turístico, de la cual emerge la categoría de turismo rural. Durante el año 2013, la región centro aportó un 9,2% del total nacional de puestos de trabajo de los cuales más de la mitad pertenecen a Servicios de Restaurantes (50,2%).

La gastronomía se inscribe en lógicas de producción/consumo vinculada a paisajes, memorias y tradiciones (en disputa) con una activa participación (real, potencial o imaginaria) en la "fabricación de lugares" (Lash y Urry, 1998). El sector de la restauración alimentaria en su versión *gourmetizada* participa mediante la oferta servicios que componen y transforman paisajes gastronómicos destinados a comensales ávidos de experiencias auténticas, a la vez que participa en el trazado de fronteras de inclusión y exclusión social (González, 2018)⁷ —donde opera el mecanismo de acumulación por desposesión (Harvey, 2004)— que orientan qué experiencias y comensales se tornan deseables/aceptables y cuáles no.

El acto de comer implica la puesta en juego de la corporalidad, ya que supone una relación con el mundo en la que interviene la dimensión sensorial, afectiva y social. Por esa razón el comer constituye una actividad de conocimiento del mundo y es en ese encuentro donde la necesidad biológica de reposición y producción material se entrama con formas y contenidos culturales, en el cruce entre lo individual y lo colectivo (Le Breton, 2007).

En el apartado anterior desarrollamos la hipótesis acerca de cómo el ordenamiento urbano señala una particular estructuración social que asigna lugares a cuerpos (Espoz y del Campo, 2018), por ende, si se producen unos efectos performáticos sobre la práctica social del comer orientados por las directrices del campo gastronómico, es porque existen comensales que saborean, se movilizan, ordenan, clasifican y jerarquizan a la luz -o a la sombra- del establecimiento de unos modos legítimos diferenciales y diferenciados del comer. Es en esta relación que la comida-mercancía funciona a modo de "escaparate para mostrar algunos aspectos de la cultura" (Vázquez Medina et al., 2019: 2) susceptibles de ser vendidos y comprados en el mercado como "paquetes de experiencia" (Debord, [1967] 2008: 123). Por consiguiente, la oferta gastronómica tiende a producir significados sobre los lugares en que se emplaza, donde ciertos aspectos de la identidad y la historia son vaciados de su sentido original y fetichizados como mercancía (de Vita y Rosa, 2019). A su vez, es bajo la condición de actividad sensorial y modulación cultural que implica el acto de comer, que el alimento puede pensarse como el medio por excelencia para acceder a la regulación y ordenamiento de la corporalidad, la sensibilidad y las relaciones sociales.

En las sociedades mediatizadas y mercantilizadas actuales el 'comer auténtico', en su acepción gastronómica y *gourmetizada*, contribuye en la construcción de la imagen de ciudad para turistas y residentes. Producción escópica en tanto invita a ser mirada, a hacerse ver, pero también organiza la práctica de mirar (Debord, [1967] 2008). Se

⁷ A modo de ejemplo: Barrio Güemes, al sudoeste de Córdoba Capital, un espacio gentrificado y patrimonializado por su valor histórico y cultural que integra el Distrito Joven de la Ciudad. A partir de diversas intervenciones de revalorización urbana se fue configurando como polo artístico-gastronómico de interés turístico que ha desplazado habitantes y espacios revelando el carácter conflictivo de ese proceso y donde la gastronomía ocupa un lugar de relevancia (Torres y del Campo, 2019).

configura así un tipo de subjetividad turística caracterizada por un “alejamiento” (Urry, 2018: 52) que implica la ruptura con las rutinas cotidianas y el disfrute de paisajes excepcionales cargados de estímulos para los sentidos. En este distanciamiento, que no se limita a lo geográfico, la comida como experiencia turística ‘entra por los ojos’, es decir, se vuelve comunicable mediante el lenguaje visual y por lo tanto se reconfigura el registro sensible (por ende, material) en el que nos relacionamos con la comida, con otros/as comensales y con nosotros/as mismos/as.

3. ‘Comer con la vista’: aproximaciones para comprender su legitimidad

En las sociedades capitalistas del presente la gastronomía constituye uno de los bienes seleccionados por el sistema espectacular (Debord, [1967] 2008). Siguiendo el pensamiento del teórico situacionista Guy Debord ([1967] 2008), entendemos como régimen espectacular a la relación social entre personas mediatizada por imágenes. Esto no implica reducirlo a un conjunto de imágenes o al abuso del mundo visual (la difusión masiva de imágenes), sino que es una *Weltanschauung* (concepción del mundo) que ha llegado a ser efectiva, a traducirse materialmente como visión del mundo objetivada. La imagen no solo consiste en una representación o fijación, sino que constituye un tipo de relación que involucra y performa un régimen de sociabilidad basado en la “aparición organizada” (Debord, 2008: 34) que privilegia la vista por sobre los demás sentidos.

Esto implica una distancia en relación a lo tangible que modifica la forma de conocer el mundo y de relacionarnos con otras/os. Se trata de una transformación en el orden de la experiencia, donde la imagen y la cosa —en tanto materialidad— ‘pierden’ distinción por su inversión y en consecuencia se vuelven susceptibles de mercantilización (del Campo y Espoz, 2020).

La experiencia social, que en la actualidad se organiza a partir de la imagen se fue conformando en un proceso histórico que está ligado al desarrollo del capital, donde el avance de la técnica y las transformaciones urbanas implicaron profundas mutaciones en la sensibilidad social.

Recurrimos al análisis de Walter Benjamin ([1936] 2019), quien historiza esta relación, a partir de la experiencia del cine. En primer lugar, porque el cine propuso un tipo de visión que, mediante enfoques y desplazamientos especiales (primer plano o un movimiento en cámara lenta), fragmenta la realidad captada por el ojo, que luego se unirá a otros fragmentos mediante el proceso de montaje. Este procedimiento resulta quirúrgico, como el que efectúa el cirujano al adentrarse en el paciente operativamente mientras renuncia a enfrentarse a este en tanto ser humano, ya que no se relaciona para la cura con su humanidad sino con sus aparatos y órganos.

En segundo lugar, el cine como medio de comunicación emergente de principios de siglo XX encuentra como su principal consumidor a las 'masas' que, por vía del desarrollo de la técnica, verá modificada su relación con el arte. La experiencia cinematográfica posibilita que el "gusto por mirar y por vivir" (Benjamin, 2019 [1936]: 212) se vuelva de carácter masivo e instale la actitud del experto, es decir del *crítico* que ya no interactúa con el actor —como en el teatro—, sino que se compromete con el aparato. De esta manera, las poblaciones urbano-industriales, como cuerpo colectivo indiferenciado que se relaciona y reacciona ante el film, opinan y se expresan, pero se tornan también potencialmente controlables de antemano. Estos cambios se producen en el marco de una nueva geografía urbana, donde el potencial crecimiento de esas mismas masas conlleva a que la burguesía construya "un mundo de ensueño privatizado como escudo protector para sus sentidos y sensibilidades" (Buck Morss, 2005:196). Las modificaciones materiales de la ciudad, ya sea en la arquitectura, la iluminación, las galerías y las calles, se van a ir enlazando a la disposición corporal y perceptiva que exige aquella urbanidad ahora poblada de mercancías dispuestas para ser consumidas.

Si recuperamos estas pistas históricas, que en principio parecen desconectadas de la comida y el comer, es porque el alimento y su circunstancia compone una constelación sensorial (Le Breton, 2007) que interpela nuestra corporalidad de manera inevitable; y, es el desarrollo tecnológico, como herramienta de poder y control, el que recae sobre los sentidos y percepciones corporales modificando también nuestra relación con la comida y con los universos que a partir de ella se construyen. En contextos de mediatización y mercantilización de la experiencia donde la modalidad perceptiva predominante es la visual, nos interesa observar las imágenes del comer como mediaciones especializadas (gastronomía-espectáculo) que regulan los modos estético-cognitivos de estar, sentir y percibir la territorialidad, la relación con otros/as y con nosotros/as mismos/as.

4. Metodología

Según Susan Buck-Morss (2009: 40), las imágenes son percepciones que remiten a una captación de un momento único donde buscamos observar un "trazo" de esa superficie capturada, con la intención de comprender cómo se fue tramando e instalando. La autora postula que es imposible pretender que el significado de la imagen esté atado a su origen o sus fuentes, puesto que al momento de rastrear ciertas huellas de su producción o de su contexto histórico estamos rearmando un entramado para pensar la imagen en su actualidad- el momento en el cual nos enfrentamos a ella-. Es por eso que su potencia radica en su capacidad de generar sentido y ello dependerá de su utilización y despliegue al ir hilando una imagen con otra. Este ensamblaje se presenta como marca de nuestra experiencia actual, ya que estamos en contacto permanen-

te con imágenes de distintos contextos y soportes. Para ello recurrimos a la noción de conocimiento por "extrañeza", que Didi-Huberman (2008: 81) liga a la operación de montaje: consiste en descomponer y recomponer las imágenes para que emerja otro orden posible, otras secuencias e inclusive nuevas palabras. Se trata de efectuar la re-localización de imágenes y de secuencias de imágenes para poder identificar otros sentidos y conexiones posibles.

Ante la posibilidad de componer un montaje, el corpus se conformó por: el "Grabado de Gargantúa" de Paul- Gustave Doré (1873) (Imagen 1), ilustración de una de las cinco novelas de François Rabelais escritas en el siglo XVI de estilo satírico y humorístico, cuyas fuentes provienen de la cultura popular de la Edad Media ("La muy horripilante vida del gran Gargantúa") escrita en 1534; el grabado titulado "La biblioteca del gourmand del siglo XIX" (Imagen 4) incluido en uno de los *Almanach des Gourmands*, publicados por el crítico gastronómico Baltazhar Grimod (1803-1812). Ambos materiales nos permiten rastrear e identificar algunos trazos de los cambios en la percepción y sensibilidad social. Para pensar el presente de la comida patrimonializada seleccionamos las imágenes del proyecto digital "Argentina a la mesa" (2020) sección Córdoba, en adelante "Argentina a la mesa-Córdoba" (Imágenes 2 y 4), que desarrolla la plataforma de contenidos culturales Google Arts & Culture en conjunto con el Ministerio de Turismo y Deportes de la República Argentina y la entidad estatal/privada Agencia Córdoba Turismo. El objetivo es visibilizar los platos considerados "tradicionales" o auténticos de diferentes regiones de Argentina, en nuestro caso aquellos platos y comidas que conforman la gastronomía típica de Córdoba: "los/as usuarios/as mediante un *click* pueden viajar y disfrutar de las ciudades, los paisajes, las tradiciones y las personas que están presentes detrás de la cocina a lo largo y ancho del país", tal como lo presenta la página oficial del Ministerio de Turismo y Deportes de la República Argentina.

El material visual proviene del caudal de la *web*, imágenes promiscuas en continua circulación en Internet (Buck Morss, 2009). Para el análisis utilizamos la noción de *contexto y de composición* (Hollman, 2014). Es decir que las imágenes no tienen un significado en sí mismas, sino que nos hablan desde su relación con otras imágenes, con códigos lingüísticos, con otros textos en los que se inscribe y con los soportes que hacen posible que nos acerquemos a ellas –o que ellas se acerquen a nosotros/as– con los cuales conforman un entramado de discursos visuales y de modos de ver. El contexto lingüístico y material no es información secundaria, sino un elemento central en los sentidos que las imágenes producen y mediante los cuales son producidas. Por último, tenemos en cuenta en la disposición formal y técnica de las imágenes aspectos como: encuadre, contenido, organización espacial e iluminación (Pérez Winter y Tron-

coso, 2019) en la medida que resulte pertinente con vistas a que sean una guía para adentrarnos a su materialidad, y no porque allí exista una explicación o interpretación ya dada.

La información obtenida de los registros visuales se agrupó y analizó tomando como base la percepción sensorial y el cuerpo como lugar de regulación de la sensibilidad leídos a partir de una relación histórica: adentro/afuera, que no puede ser pensada como de exterioridad sino, por el contrario, como de continuidad y que identificamos mediante *huellas* que denominamos *pistas*. Estas fueron organizadas en una lectura progresiva que se sitúa en diferentes elementos de esa relación: el cuerpo y la mirada ('comer con la vista'), la comensalidad (integración/separación), la crítica y los territorios-mercancía, mostrando esta última cómo la conformación itinerarios gastronómicos es central en la operatoria turística y patrimonial sobre cuerpos y territorios.

5. Análisis y discusión: pistas para comprender el presente del comer desde la sensibilidad.

Proponemos en este trabajo una lectura circular de imágenes visuales admitiendo que pueden existir de otro tipo. Si como dice Didi-Huberman (2008), el montaje posibilita adjuntar espacial y temporalmente diferencias, ¿qué continuidades, rupturas, saltos, en las imágenes se resignifican cuándo ensayamos esta operación en tanto pistas históricas para comprender la transformación de la experiencia social del comer hasta nuestro presente?

Primera pista. El cuerpo se nos revela como mediación de la relación sujeto-mundo y, por ende, como *locus* de operación de regulación de la sensibilidad. Allí, en esa relación con el alimento es que las imágenes nos aportan trazos para comprender una discontinuidad en la vivencia del cuerpo: el desplazamiento del cuerpo del carnaval y abierto al mundo del medioevo hacia el individuo encerrado en el cuerpo moderno y marcado cada vez más por la (im)posible interacción social entre clases. El gigante Gargantúa del grabado de Doré recibe la comida del afuera (Imagen 1). Ubicado en el centro del encuadre exhibe la lengua —órgano del sabor, la deglución y la fonación— dispuesta a recibir el alimento que le proporciona el afuera. En cada mano sostiene el alimento y el vino mientras dirige la mirada a quienes le acercan las cucharas con la sustancia alimenticia. Hay un mundo que alimenta y produce una generosa abundancia material y corporal que nace y prospera. El cuerpo se evade de sus límites; traga, engulle, desgarrá su afuera y lo hace entrar en sí.

Figura 1. Ejemplos de registros visuales en interconexión sobre cultura alimentaria

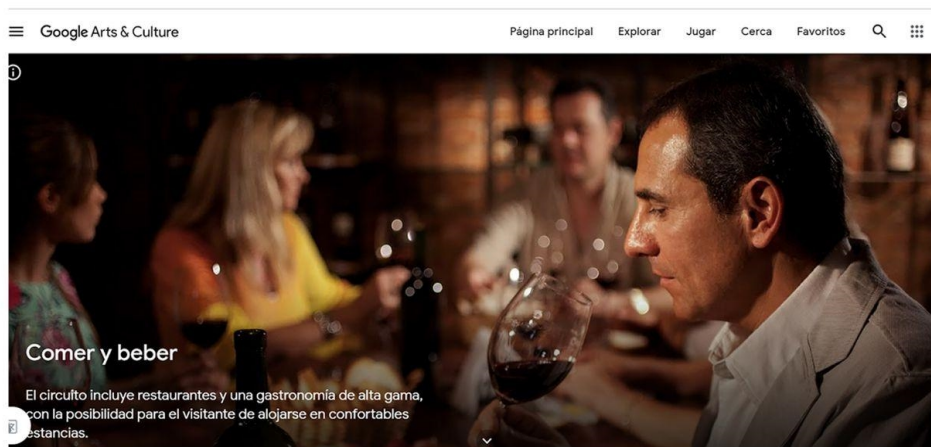


Imagen 2



Imagen 1

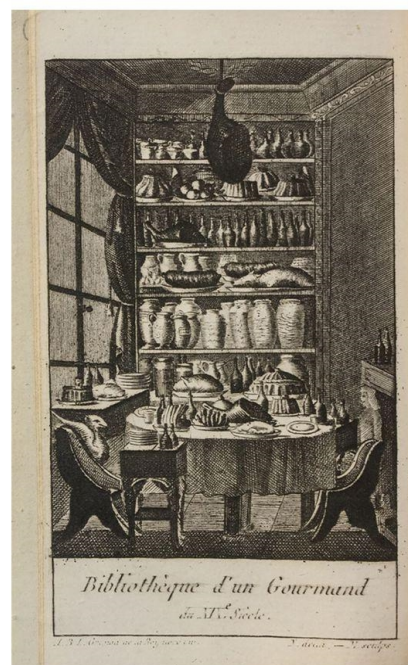


Imagen 3

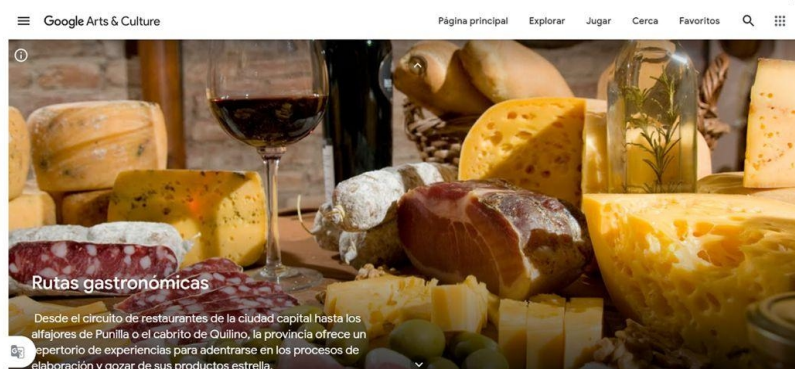


Imagen 4

Fuente: figura de elaboración propia con imágenes de Internet.

Nota: Imagen 1 Ilustración de Gargantúa, Paul- Gustave Doré (1873) de fuente *Arts.dot.com*; Imagen 2 y 4: fotografía de fuente Google Arts & Culture - "Argentina a la mesa" (2020); Imagen 3: *Almanach des Gourmands*, publicado por Balthazar Grimod de la Reyniere, titulado "La biblioteca del gourmand del siglo XIX" (1804) de fuente: *HathiTrust*.

A su vez, el recuadro de la imagen también pareciera desbordar sus límites en una continuidad de escenas y momentos que, voluminosas, prometen seguir transcurriendo por fuera de este. Según Mijaíl Bajtín (2003), el *comer* y el *beber* son las manifestaciones más importantes de la vida del cuerpo grotesco. Los rasgos particulares de este cuerpo son la apertura, el estar inacabado y en interacción con el mundo. Por medio de formas rituales comunitarias⁸ cuyo eje eran la risa y el juego (los festejos carnalescos, la parodia, la burla), se abolían transitoriamente jerarquías y desigualdades para experimentar el contacto vivo, material y sensible. El cuerpo grotesco es un cuerpo colectivo y genérico que todavía no ha sido separado del resto del mundo. Un cuerpo pleno que se abre a éste: comer, beber, cantar, gritar, expresar la sexualidad, transfigurarse. Al adjuntar la imagen 2, observamos una persona (hombre) con el rostro próximo a una copa con vino tinto hacia la que se inclina. El encuadre de la fotografía, marcadamente horizontal, habilita la amplia espacialidad en la imagen y, de manera no muy lejana, pone en segundo plano —mediante un leve desenfoque— a otras/os comensales (un hombre y una mujer) también con copas y una botella de vino. La actitud que predomina parece ser la de la degustación. La iluminación cálida y focalizada permite que identifiquemos claramente cada objeto resaltado por ésta, a la vez que casi no hay sombras fuertes, solo un fundido en negro hacia la izquierda de la imagen donde termina la escena.

Los registros visuales en interconexión se nos presentan como materialidades de la lenta e irreversible transformación (que operaría como oposición) entre el cuerpo medieval y el cuerpo individualizado y autonomizado moderno. David Le Breton interpreta esta oposición a partir de categorías propias de la sensibilidad contemporánea: “No hay nada más extraño a estas fiestas que la idea de espectáculo, de distanciamiento y de apropiación por medio de la mirada” (Le Breton, 2007: 30). Y es que, en los siglos siguientes, el reemplazo de las economías feudales por los intereses económicos privados y la consolidación del capitalismo serían las condiciones necesarias para la construcción de ese cuerpo individual, vuelto un objeto separado del ser humano, su propiedad. Continuando con Le Breton (2002: 45), el cuerpo entendido y vivenciado ahora como “factor de individuación” pasaría a ser el límite que señala la frontera entre un ser humano (individuo) y otro, y entre el ser humano y el cosmos/mundo (la red comunitaria). Esta concepción es la que se expresa en el prototipo del ‘hombre de la ciudad’, el mercader y el banquero que actúan motivados por el beneficio personal, a la vez que se distancian de los intereses comunitarios y se distiende el vínculo social. En esos nuevos modos de relacionamiento mercantil se gestaba también un nuevo modo de la comensalidad ahora individual y solitaria, estructurada en función del “tiempo útil” (Thompson, 1995: 449).

⁸ El cuerpo medieval, inseparable de la red social y cósmica que habitaba, fue el de la fiesta popular, el del Carnaval, que suspendía transitoriamente los ritos y cultos impuestos por el Estado feudal y la Iglesia para dar lugar a la transgresión, al tiempo del renacer.

Segunda pista. La mirada. John Berger (2017), en su análisis sobre las imágenes y los modos de ver, nos da indicios para concentrarnos en el trayecto de las miradas. Allí se advierte un contraste entre el gigante Gargantúa, que mira a quien le brinda el alimento, y el hombre de la imagen 2, quien al posar su mirada sobre la copa no busca otra mirada, inmerso en la experiencia de la degustación. No espera una reciprocidad, hay quizás un disfrute en soledad que no requiere más que de la bebida-mercancía. Si nos trasladamos a la imagen 4, también extraída de la plataforma *Google Arts & Culture* y de "Argentina a la mesa - Córdoba", advertimos que está iluminada de manera que permite que todo sea alcanzado por la luz y otorga acceso a cada detalle de los alimentos que allí se exhiben, desde el punto de vista de quien se para frente a una vidriera. Por su parte, el encuadre cerrado nos posiciona cerca del alimento: allí están los fiambres (jamones, bondiolas) y embutidos (salames) junto a las copas con vino, también panes, aceitunas y quesos dispuestos como un conjunto de elementos ordenados de manera que puede verse en su totalidad lo que está sobre la mesa. Y si en la imagen 2 aparece borroso el entorno del comer y la comida, como 'perdiéndose de vista', en esta imagen lo que está en el fondo es casi nulo. En la escena no hacen falta comensales, y por lo tanto tampoco existe un juego de miradas porque los comensales somos nosotras/os mismas/as ante la fotografía. Las imágenes yuxtapuestas hacen aparecer esta transformación que se presenta como 'natural' en el traspaso de una relación sujeto-sujeto mediada por el alimento, hacia una relación sujeto-objeto donde el lazo social es reemplazado por paquetes sensorio-afectivos patrimoniales y turísticos a modo de "experiencias" que instalan una manera de vivenciar el comer (ahora con la vista), los espacios y el encuentro con otras/os.

Tercera pista. La comensalidad. La imagen 2 que difunde el estado cordobés, refiere a un *comer y beber* que revela la condición oral —en el doble sentido de la palabra y la ingesta— revestida de un significado diferente al que encontramos en los generosos volúmenes corporales y alimenticios de Doré, asociados a una oralidad festiva y comunitaria. En ambas escenas hay comensales, sin embargo, expresan una transformación en la experiencia del comer con otros/as. La imagen 2 expone una comensalidad que reúne y a la vez reafirma los límites del grupo: para este caso establecidos por la clase social⁹. El disfrute es individual y, como actividad recreativa e interrupción de las tareas laborales, propone un tipo de relación mediada por los recursos materiales y simbólicos disponibles que se comparten sólo entre quienes los poseen. Se refuerza así un "nosotros/as" de clase donde "incluir significa, en primera instancia, excluir" (Grignon, 2012: 15). A partir de esta definición, invitar a la Argentina a compartir la mesa cordobesa 'hace ver' una función de integración social, pero a la vez desdibuja que las normas que determinan la elección de comensales son en principio restrictivas

⁹ Según Grignon (2012), la comensalidad sería la reunión en que se materializa la realización colectiva de ciertas tareas concretas y obligaciones simbólicas asociadas a la satisfacción la una necesidad biológica individual de la alimentación.

y negativas (Grignon, 2012): primero porque no comemos por fuera de los espacios y tiempos autorizados para ello; y segundo, porque la elección de los/as participantes a la mesa responde a una preselección que excluye por adelantado, como imposibles e impensables a quienes no poseen el capital económico y social requerido.

Si nos enfocamos en la dimensión oral que tiene a la palabra, además de la ingesta como sustrato y mediación en el intercambio de experiencias sobre el comer, en "Argentina a la mesa-Córdoba" el comensal no habla, el estado y Google hablan por él y nos conducen —en un marco pedagogizante— por los "sabores y saberes" cordobeses. Tal es la premisa que la publicidad ha tomado de la proximidad etimológica de esos términos y ha "interpretado el mundo" (Berger, 2017:149) del comer y el beber patrimonializados. Los paratextos que rodean la imagen, la dupla "arte y cultura", articulan el comer con ese mundo distinguido y especializado, que requiere cierta experticia en los/as comensales, que solo el paquete de experiencia turística puede enriquecer y en la que todos/as podemos participar en calidad de críticos/as, tal como veremos en la pista que sigue.

Cuarta pista. La crítica. La imagen 3 pertenece al frontispicio del primer *Almanach des Gourmands*, titulado "La biblioteca del gourmand del siglo XIX" por Balthazar Grimod de la Reyniere, impulsor de la crítica gastronómica y responsable junto un grupo de colegas de la publicación de los *Almanachs* (1803-1812) y de un conjunto de materiales de estilo literario, poético y filosófico sobre el 'arte de vivir' y la moda femenina (Perticone, 2020). Allí se observa una biblioteca que, en lugar de libros, posee alimentos. Delante, una mesa redonda dispuesta para dos comensales repleta de delicados platos, preparaciones y bebidas en el espacio de una sala comedor. En el techo donde se esperaría una lámpara que ilumine la mesa, cuelga un jamón envuelto. Estos espacios trastocados, o más bien resignificados, ponen el centro a la comida y postulan e instalan un nuevo sentido sobre la misma. El marco de la imagen determina el principio y el fin de la escena estática y meticulosamente ordenada, nada se escapa de él. Es Barthes (2009) quien nos recuerda que el enmarcado de las imágenes que percibimos como natural, no siempre fue de esa manera, sino que se inscriben a partir del segundo milenio antes de Cristo. Aquí, el marco es fundamental: todo el universo de la cocina se encuentra en esos límites, donde se expone una presentación del comer sin indicios sobre sus condiciones de producción u otros actores que intervengan en el acto alimentario como trabajadores/as de la cocina y personal de servicio. Observamos un trazo que encuentra su correlato en el presente, de una lejanía entre la materia prima y la comida que se imagina y se degusta, una experiencia socio-perceptiva que se transforma dada una nueva conexión entre la sustancia y circunstancia. La atención recae en las formas de la comensalidad y, por ende, desplaza la corporalidad como protagonista de esa vivencia. Grimod, por medio del grabado, interpela al comensal que requiere de un "apetito ilustrado" (Klein,2020: s/p). En este sentido, el

hecho que la nueva burguesía tuviera los medios materiales, pero no simbólicos del 'saber comer' parece haber constituido un motivo de relevancia para que algunos iniciados en la literatura, periodistas o del mundo editorial -gastrónomos, no cocineros- impulsaran la producción y divulgación del 'arte de comer' acorde al 'buen gusto' perdido de los comensales burgueses ahora privilegiados de la posrevolución. El 'buen gusto' emerge encarnado en la selección de platos que permiten saborear lo más 'propio' de cada territorio desde los ojos del estado provincial y Google Arts definiendo platos, sabores y experiencias gastronómicas exóticas y exotizadas. La fotografía de la "Picada" (Imagen 4) propone la degustación de embutidos propios de la cultura inmigrante de Córdoba. No obstante, la perspectiva se construye como vidriera que remite a un restaurante de la zona.

Quinta pista. La comida y territorios- mercancía. Los almanaques son el antecedente de la Guía Michelin¹⁰ y el paso a la designación de la gastronomía como "el arte de hacer buena comida". Grimod lanza en la prensa sus cuadernillos especializados en consumo y cultura gastronómica que incluían guías de restaurantes y "calendarios nutritivos" que orientaban sobre la calidad de las cocinas de los restaurantes por los diferentes barrios de París, sobre lo que convenía comprar y comer en cada mes del año, así como cuáles eran las mejores tiendas de productos *delicatessen* (Domingo, 1998).

Este nuevo formato para referir a la comida, perfecciona un tipo de comensal que ocupa también el lugar de consumidor de información culinaria y de imágenes ilustradas. Innovación esta que se materializa en una nueva vivencia en relación a la comida, pero también en relación a con quienes se come y a los espacios legítimos para ello. Para 'ir a comer' se deben recorrer determinados itinerarios que contemplan recetas de comidas y de comportamiento, sitios predilectos, y lo primordial, con quienes es posible (y no) sentarse en la mesa. En esa dirección, desde el periodismo, Grimod es el encargado de difundir sus paseos y descubrimientos, a la vez que conforma el campo de su militancia en pro del *savoir vivre* fundamental para la articulación de una sociedad armónica y cada vez menos conflictiva. O sea, de una sociedad burguesa. En aquellas páginas, el crítico instruyó a los anfitriones del nuevo París del siglo XIX en tiempos de las Exposiciones Universales. En esos grandes eventos de exhibición de desarrollos tecnológicos se delineaban recorridos que representaban y permitían al público conocer y encontrarse con cada país sin tener que moverse de la propia ciudad. A la vez se perfilaba toda una experiencia de época que iba instalando la 'vidriera', es decir la observación como en una vitrina que encerraba mundos de ensueño de cristal del capitalismo en las ciudades (Buck Morss, 2005). Verlo todo, no tocar nada, dirá Benjamin situando en este evento una modalidad pedagógica en que las masas

¹⁰ Se refiere a una serie de guías turísticas publicadas anualmente por la editora francesa Michelin *Éditions du Voyage* y sus filiales en otros territorios en más de una docena de países. Es la más antigua de las guías europeas de hoteles y restaurantes y reconocida por el establecimiento de parámetros (estrellas y cubiertos) para valorar los bienes y servicios relativos a la oferta gastronómica.

aprendieron a identificarse con el valor de cambio. En sintonía con esta organización del espacio y de su percepción, en el almanaque se advierte una huella que marcó otra manera de acercarse y vincularse al comer: seleccionando e interconectando restaurantes, con consumidores y particulares tipos de productos alimenticios. Y sobre todo, se convirtió en un producto que se muestra como vendible, donde la mercancía no solo es la comida, sino las rutas del saber comer y beber que podemos leer como configuradores de itinerarios sensoriales que enmarcaron y enmarcan el mundo de la comida y la comensalidad. Si buscamos una continuidad, y nos desplazamos a la imagen 2 se puede leer "comer y beber" junto a la frase "el circuito incluye restaurantes y una gastronomía de alta gama con la posibilidad para el visitante de alojarse en confortables estancias" constituyendo el entorno lingüístico (Hollman, 2014) que promueve la unificación entre el disfrute individual de lo culinario y el destino turístico como un lugar acondicionado. En ese sentido, reafirmamos que, en el marco de los procesos de patrimonialización, la oferta gastronómica tiende a producir significados sobre los lugares entrelazando comida, recorridos geográficos y disfrute. A su vez, en la imagen 4 el foco de atención lo tiene la mesa servida, que orientada por la expresión "Rutas gastronómicas" -entorno lingüístico de la fotografía- dibuja un recorrido integrado para sentarse a la mesa: distintos platos 'típicos' como "cabrito de Quilino" y "alfajor de Punilla"¹¹. Estas comidas, provenientes de lugares geográficos equidistantes de la provincia de Córdoba que implicarían largas distancias a transitar, se plantean en una propuesta de movilidad rápida con el fin de encontrarse con los mismos y se postula como la manera ordenada y regulada de disfrutar el viaje (Lash y Urry, 1998).

6. Reflexiones finales

¿Por qué indagar las imágenes del 'comer', del 'juntarse a comer'? En primer lugar, porque lo visual se nos presenta como modalidad predominante para socializar aquellas prácticas alimentarias deseables (y vendibles) en sociedades urbanas mediatizadas y mercantilizadas. Si en 1825 el gastrónomo Brillat Savarin ya advertía que la gastronomía era un trabajo con y sobre la sensibilidad de los/as comensales, en el presente ese trabajo opera principalmente mediante imágenes consumibles que van orientando nuestra percepción del comer y la comida, casi siempre como experiencia turística y de aproximación a otras culturas.

En segundo lugar, aquellas imágenes enlazan turismo y cultura alimentaria por vía de una 'estética' (en el sentido de percepción de la realidad con los sentidos) de la distancia' que organiza y regula la relación entre cuerpos y espacio.

¹¹ *Cabrito de Quilino* alude a la cría de la cabra, ganado típico de la región noroeste de la provincia, cuya versión más difundida es asado inserto en una estaca o bien a la parrilla. *Alfajores de Punilla* se denomina a un dulce o golosina artesanal o industrial formado por dos piezas circulares de masa unidas entre sí por dulce de fruta o mermelada del departamento ubicado al centro de la provincia.

Peixoto y Frias afirman que los procesos de estetización inherentes a las lógicas patrimoniales urbanas contemporáneas conllevan “una reducción ideológica y ontológica de la diversidad social” (Peixoto y Frias, 2002: 2). Partiendo de esta afirmación es posible decir que el conjunto de transformaciones urbanas (que se extienden al espacio rural) en la provincia de Córdoba -que articulan patrimonio, turismo y gentrificación- modifican también la percepción de la realidad de quienes la habitan y visitan. Cómo se produce esa modificación es la cuestión a la que hemos buscado aproximarnos, al menos de manera exploratoria, en este trabajo. Y es en las imágenes del comer que encontramos un potencial epistémico para comprender dicha relación, aquella que nos permita trazar o profundizar conexiones entre los procesos alimentarios, las transformaciones espaciales y la comunicación focalizándonos en la sensibilidad como locus de operación de la gestión política en los territorios.

En este registro, logramos reconocer huellas en los materiales visuales que señalan cambios y desdibujamientos en una categoría tensiva: *adentro/afuera*, la cual no propone una oposición sino una continuidad que los diferencia, pero admite la imposibilidad de tratarlos desde una relación de exterioridad que se expresa en la vivencia del cuerpo, la comensalidad, la mirada, la crítica y la conformación de territorios-mercancía dispuestos para ser experimentados.

La conformación de las ciudades, las exposiciones universales, la vidriera como modalidad de relación con el alimento, la realidad segmentada por el montaje cinematográfico, los registros visuales sobre comidas y destinos (itinerarios) que nos acercan los dispositivos tecnológicos en el presente, señalan transformaciones materiales y simbólicas que vuelven el afuera cada vez más adentro (el flujo ininterrumpido de imágenes que llegan del entorno, el cuerpo encerrado en sí mismo, la clase encerrada en sí misma) en un comer auténtico cada vez más privado y fragmentado. De este modo, la cultura alimentaria patrimonializada que propone el estado cordobés en articulación con el mercado, se presenta como imagen que condensa un tiempo de disfrute que es pensable sólo como acto privado de consumo. *Se hace ver* el ‘comer auténtico’ y, a la vez, se construye un punto de vista: miramos de cerca los ingredientes, los brillos, las tonalidades, imaginamos su aroma, nos acercamos al corazón del producto guiados/as con precisión quirúrgica por la lente de la cámara.

El estado cordobés propone, desde la capital al interior provincial, un “camino de sabores” que se come con la vista a la vez que desterritorializa prácticas alimentarias e identidades culinarias. Así, el comer auténtico imaginado se anticipa captando la unificación del territorio en itinerarios con sus pautas, sus maneras de recorrerlo y hasta de habitarlo. Un territorio donde, entre el alimento y el paisaje, sólo tiene lugar el turista.

Volvamos al adentro/afuera, las imágenes no son exteriores, sino que se hacen cuerpo en tanto materialidades –fragmentos semánticos– que transforman la experiencia y que producen un tipo de subjetividad particular, la del visitante encandilado por las ‘experiencias auténticas’, a la vez que ciego a qué comen y cuáles son los recorridos de quienes hacen posible el festín patrimonial, excepto que constituyan en sí mismos un atractivo turístico.

De esta manera, el tiempo/espacio del comer en contextos patrimoniales es el de los circuitos del tiempo espectacular (*sensu* Debord), y la operatoria es la apropiación mercantil de prácticas, saberes y paisajes alimentarios. La modalidad orientadora se repite: la acumulación por desposesión en tanto mecanismo mediante el cual el capital se apropia de las “estructuras físicas y los espacios de vida de sus habitantes para desarrollar sus actividades expulsándolos (Hiernaux y Gonzalez, 2014: 63).

7. Referencias Bibliográficas

Álvarez, Marcelo (2005). La cocina como patrimonio (in) tangible. En *Primeras Jornadas de Patrimonio Gastronómico. Temas de Patrimonio Cultural 6* (pp. 11–26). Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, ([enlace](#)).

Bajtín, Mijaíl (2003). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais*. Alianza.

Barthes, Roland (2006). Por una Psico-Sociología de la alimentación contemporánea. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 11, 205-221.

Barthes, Roland (2009). *La Torre Eiffel. Textos sobre la imagen*. Paidós.

Benjamin, Walter [1936] (2019). La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica. En W. Benjamin, *Iluminaciones* (pp. 195-224). Taurus.

Boito, María Eugenia y María Belén Espoz (2014). *Urbanismo estratégico y separación clasista. Instantáneas de la ciudad en conflicto*. Puño y Letra editorialismo de base.

Brillat- Savarín, Jean Anthelme (1970). *Fisiología del gusto*. Ediciones Zeus.

Buck-Morss, Susan (2005). *Walter Benjamin, escritor revolucionario*. Interzona Editora.

Buck-Morss, Susan (2009). Estudios Visuales e Imaginación global. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, 9, 19-46. <https://doi.org/10.7440/antipoda9.2009.01>

Berger, John. (2017) *Modos de ver*. Editorial Gustavo Gilli.

Debord, Guy [1967] (2008). *La sociedad del espectáculo*. La Marca.

Delgadillo, Víctor (2016). *Patrimonio Urbano de la ciudad de México. La herencia disputada*. UACM.

De Vita, Mariel y Paula Rosa (2019). El sabor de la cultura. Gastronomía, cultura y barrio como nuevas formas de consumir la ciudad. En M. Moguillansky (coord.), *Prácticas, consumos y políticas culturales* (pp. 73-90). UNSAM Edita.

del Campo, María L. y Luis Salcedo (2020). La (desigual) producción de escenarios gastronómicos en la "Córdoba turística" prepandemia". II Coloquio de Investigadores/as de la FCC: "Investigaciones en Comunicación: agendas y problemas en tiempos de pandemia". Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, 8-10 septiembre, Córdoba.

del Campo, María L. y María B Espoz (2020). La comida como ideología. Imágenes de la cultura alimentaria cordobesa. En JC. Suzuki, G. Cerqueira de Araújo y F. Molinari Bitelli (eds.), *Culturas Alimentares na América Latina* (pp. 224-249). Sao Paulo.

Didi-Huberman, Georges (2008). *Cuando las imágenes toman posición. El ojo de la historia I*. Machado Libros.

Domingo, Xavier (1998). *Alexandre Balthazar Lauren Grimod de La Reynière. Manual de anfitriones y guía de golosos*. Tusquets.

Espeitx, Elena (2004). Patrimonio alimentario y turismo. Una relación singular. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2), 193-213. <https://doi.org/10.25145/j.-pasos.2004.02.016>

Espoz, María Belén y del Campo, María L. (2018) Estrategias de comunicación política: sentidos del patrimonio y el turismo en Córdoba (2010-2018). *Question, Revista de la Universidad Nacional de La Plata*, 1(60), 2-21. <https://doi.org/10.24215/16696581e103>

Grignon, Claude (2012). Comensalidad y morfología social: un ensayo de tipologías. *Apuntes de Investigación*, 22, 11-18.

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, FUHEM ECOSOCIAL, ([enlace](#)).

Frías, Félix y Paulo Peixoto (2002). *Representação imaginária da cidade. Processos de racionalização e de estetização do patrimônio urbano de Coimbra*. Oficina do CES (Portugal), 183.

Hiernaux, Daniel y Carmen I. González (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas para pensar su articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, 58, 57-70.

Klein, Lauren Federica (2020). *An Archive of Taste: Race and Eating in the Early United States*. University of Minnesota Press.

Harvey, David (2004). El nuevo Imperialismo: acumulación por desposesión. *Socialist register*, 99-129.

Hollman, Verónica (2014). Los contextos de las imágenes: un itinerario metodológico para la indagación visual. *Espaço e Cultura, Revista Universidade do Estado do Rio de Janeiro*, 36, 61-84.

Lash, Scott y John Urry (1998). *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la pos organización*. Amorrortu.

Le Breton, David (2002). *El cuerpo y la modernidad*. Nueva Visión.

Le Breton, David (2007). *El sabor del mundo. Una antropología de los sentidos*. Nueva Visión.

Laborde, Gustavo y Francisco Xavier Medina (2015). De los recetarios nacionales a los expedientes patrimoniales. Una confrontación de identidades y políticas culturales. En R. Ávila, M. Álvarez y F.X. Medina (comps.), *Alimentos, cocinas e intercambios culinarios. Confrontaciones culturales, identidades, resignificaciones* (pp. 89-104). Universidad de Guadalajara.

Matta, Raúl (2015). Conocimiento y poder: prácticas alimentarias y patrimonialización cultural. En R. Ávila, M. Álvarez y F.X. Medina (comps.), *Alimentos, cocinas e intercambios culinarios. Confrontaciones culturales, identidades, resignificaciones* (pp. 205-220). Universidad de Guadalajara.

Montanari, Massimo (2004). *La comida como cultura*. Ediciones Trea.

Pérez Winter, Cecilia y Claudia Troncoso (2019). La imagen turística del campo pampeano bonaerense (Argentina) a través de la promoción oficial. *Cuadernos de Antropología Social* 50, 85-106. <https://doi.org/10.34096/cas.i50.5341>

Perticone, Carina (2020). *Cocina, cuisine y arte*. Editorial Unicen.

Agencia Córdoba Turismo. (2017). *Plan Estratégico de Turismo Sostenible. Córdoba2030*. Gobierno de la Provincia de Córdoba, ([enlace](#)).

Thompson, Edward Palmer (1995). *Costumbres en común*. Editorial Crítica.

Torres, Paula y María L. del Campo (2019). Memoria(s) de Barrio Güemes. Itinerarios sensoriales del "comer" en contextos de patrimonialización (Córdoba). En M.B. Espoz, C. Quevedo, L. Salcedo Okuma y E. Villagra (comps.), *Memorias y patrimonios: relatos oficiales y disputas subalternas*. (pp. 125-154). Consejo de Investigaciones Científicas y Técnicas.

Urry, John (2018). La mirada del turista. *Turismo y Patrimonio*, 3, 51-66. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2001.n3.03>