

# Las fiestas como estrategia de valorización de recursos territoriales: experiencias en la Provincia de Buenos Aires, Argentina<sup>1</sup>

Festivities as a Strategy for the Valorization of Rerritorial Resources:  
Experiences in the Province of Buenos Aires, Argentina

*Irene Velarde, Cintia Barrionuevo, Mariana Bruno y María Laura Cendón<sup>2</sup>*

## Resumen

En las últimas décadas, ante el avance de procesos de estandarización, deslocalización en el sistema agroalimentario, emergieron iniciativas de valorización de productos típicos, relacionados con el patrimonio cultural. Identidad, tradición y tipicidad estuvieron entre los argumentos movilizados en un tipo de innovación territorial: las Fiestas agroalimentarias. Después de indagar en fiestas que tienen lugar en el territorio argentino, este artículo focaliza en seis casos de la Provincia de Buenos Aires: Fiesta del Vino de la Costa de Berisso, Fiesta del Alcaucil Platense, Fiesta del Tomate Platense, Fiesta del Salame Quintero de Mercedes, Fiesta del Postre Balcarce y Fiesta del Salame de Tandil. A partir de una revisión bibliográfica y entrevistas, se comparan experiencias desde el enfoque de Sistemas Agroalimentarios Localizados para

---

1 El presente artículo fue elaborado en el marco de dos proyectos: Proyecto A357 “El rol de la extensión rural en el desarrollo territorial: articulación de políticas públicas, procesos de formación e innovaciones en las transformaciones sociales del sistema agroalimentario”, Universidad Nacional de La Plata y Proyecto AGR577 “La Complejidad de Sistemas Alimentarios. Hacia la generación de territorios sustentables”, Universidad Nacional de Mar del Plata.

2 Irene Julia Velarde: Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina, ORCID 0000-0003-2094-9793, [velarde@agro.unlp.edu.ar](mailto:velarde@agro.unlp.edu.ar); Cintia Analía Barrionuevo: Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina, ORCID 0000-0002-5854-4241, [cintia.barrionuevo@agro.unlp.edu.ar](mailto:cintia.barrionuevo@agro.unlp.edu.ar); Mariana Paola Bruno: Instituto de Innovación para la Producción Agropecuaria y el Desarrollo Sostenible, CONICET-INTA Balcarce, Argentina, ORCID 0000-0001-8301-0762, [bruno.mariana@inta.gob.ar](mailto:bruno.mariana@inta.gob.ar); María Laura Cendón: Universidad Nacional de Mar del Plata, INTA EEA Balcarce, Mar del Plata, Argentina, ORCID 0000-0002-5078-1189, [cendon.maria@inta.gob.ar](mailto:cendon.maria@inta.gob.ar)

reflexionar en torno a características, tensiones y qué rol desempeñan como estrategia de valorización. Los resultados destacan que las fiestas agroalimentarias promocionan productos locales para el turismo pero también refuerzan y resignifican vínculos entre actores, producto y territorio. Asimismo emergen tensiones en torno a la fidelización del consumidor/asistente al producto y/o al evento, la producción artesanal/industrial, la articulación de los actores locales y/o extralocales que ponen en debate a las fiestas como estrategia de valorización.

**Palabras clave:** fiestas agroalimentarias, SIAL, estrategias de valorización, productos locales, consumidores.

### Abstract

In recent decades, due to the advance of standardization, relocation and other transformations in the agri-food system, initiatives have emerged to enhance products considered typical and somehow related to cultural heritage. Identity, tradition and typicality, among other concepts, were among the arguments mobilized in a type of territorial innovation processes: the Agri-food Festivities. In a context where many different festivals take place in Argentina, this paper focuses on six cases from Buenos Aires Province: Fiesta del Vino de la Costa de Berisso, Fiesta del Alcaucil platense, Fiesta del Tomate Platense, Fiesta Salame Quintero de Mercedes, Fiesta del Postre Balcarce and Fiesta del Salame de Tandil. Through bibliographic review and interviews, those experiences are compared using the Localized Agri-Food Systems approach and examining their processes, tensions and the role they play as a value enhancement strategy. Among the results, heterogeneity stands out. Through agri-food festivals, local products are promoted for tourism but visibility and link between spaces and actors of the territory are also given. Recognition, after all, not only reinforces and resignifies links between the products and the places, it also rises contradictions.

**Keywords:** food festivals, SIAL, value enhancement strategies, local products, consumers.

### Introducción

En Argentina, en las últimas décadas, ha proliferado la creación de fiestas y ferias de alimentos. Entre los fundamentos de este tipo de iniciativas suele destacarse su importancia para la promoción de la producción local permitiendo a los productores y productoras rurales ampliar canales de comercialización de sus productos, darlos a conocer e incrementar sus ingresos y reorientar estrategias de acuerdo al diálogo que establecen con los consumidores. Muchas fiestas y ferias que se crean en torno a un alimento o plato suponen también instancias para el reconocimiento de una calidad específica, propia de un terruño y sus tradiciones. En este sentido, representan una alternativa que fomenta vínculos con los consumidores, con sus expectativas y con la cultura de las sociedades locales (Barrionuevo y Velarde, 2019). Otros consideran que, además, son opciones particularmente ventajosas y adecuadas a las lógicas del amplio sector denominado agricultura familiar.

El patrimonio cultural se entiende como una construcción o invención cuyos sentidos se inscriben en tiempo y espacio, sirve a unos intereses, adquiere distintos usos y es movilizadora por

agentes también cambiantes (Espeitx, 2004; Sanz Cañada y García Azcarate, 2020). Se observa que el vino de la Costa de Berisso, el tomate platense, el alcaucil de La Plata, el salame quintero de Mercedes, el salame de Tandil y el postre Balcarce son productos en los que predominan ciertos elementos del pasado, herencias que se materializan tras un proceso de “reinvención” que establece continuidad entre el hoy y el ayer para determinada selección de atributos.

Los productos mencionados se localizan en la Provincia de Buenos Aires (Argentina) y tienen en común que cada uno tiene su Fiesta anual. ¿Qué rol tienen estas fiestas como estrategia de valorización de alimentos típicos? ¿Cómo se apropian del valor y de los beneficios los diferentes actores? ¿Cómo se distribuyen los beneficios entre los actores? Para responder a estos interrogantes, en primer lugar, partimos de los conceptos movilizados desde la perspectiva de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) y detallamos la metodología utilizada. En segundo lugar, realizamos un análisis descriptivo de las Fiestas vinculadas a alimentos en Argentina, para luego profundizar en los casos seleccionados. Estos últimos son analizados según su localización, fecha de inicio, características del producto valorizado y número de visitantes. Finalmente, se resaltan tensiones y contradicciones y se reflexiona sobre el rol de las fiestas como estrategia de valorización territorial.

## Las fiestas agroalimentarias y el enfoque SIAL

Llamamos fiestas agroalimentarias a aquellas que surgen a partir de la existencia y reconocimiento de determinado producto típico, proceso que generalmente las origina y les da nombre.

Desde el punto de vista conceptual, la noción de Sistema Agroalimentario Localizado (Muchnik y Sautier, 1998) sirve para analizar el fenómeno de las fiestas como estrategia de valorización territorial articulando los siguientes aspectos:

- El rol identitario particular de los bienes alimentarios: dicho rol le brinda el anclaje a productores y consumidores, proporcionando elementos de identificación y acentuando la referencia identitaria ligada a un territorio concreto. Destaca la especificidad de los alimentos en la diferenciación de los grupos humanos y el principio de incorporación (Velarde *et al.*, 2013).
- La especificidad de la materia prima producida y transformada: la localización de la producción de bienes alimentarios le confiere al producto los atributos propios de cada territorio. Naturaleza y cultura se cohesionan dando lugar a bienes distintivos de cada SIAL.
- La relación entre la manera de producir y la manera de consumir los agroalimentos: el saber hacer propio de un determinado grupo humano. El conjunto de saberes, propio de productores y también de consumidores.
- La articulación con el territorio que permite la comprensión de singularidades que confieren dinámicas específicas a los fenómenos de desarrollo local.
- La gobernanza de los SIAL (Torres Salcido, 2017; Cendón *et al.*, 2017).

El enfoque SIAL no se limita al análisis de los fenómenos relacionados a la concentración espacial de actividades, sino que se focaliza en las relaciones entre los alimentos y el territorio y permite revelar la evolución del anclaje territorial de las actividades productivas (Velarde, 2017). Los alimentos en este enfoque no son sinónimo de productos, se considera su historia, los actores, el territorio y los procesos de convergencia.

Las fiestas analizadas surgen con el fin de rescatar, visibilizar y valorizar los alimentos locales, evitando la usurpación e imitación por parte de productos similares de distinto origen. Estas acciones pueden provocar un fortalecimiento de las cooperaciones entre los actores al interior de los sistemas agroalimentarios con el fin de reforzar su capacidad, a través de “activos específicos”, para resistir mejor los procesos de estandarización o generar innovaciones a nivel de cada territorio que posibilite su persistencia (Requier-Desjardins, 2015).

Los alimentos son también enlace de los seres humanos entre sí y con la naturaleza. Un alimento comprende entonces dos elementos: un compuesto material y un componente patrimonial (conocimientos, valores, rituales y representaciones sociales incorporados). Asume el primero funciones fisiológicas mientras responde el segundo a necesidades de socialización. En relación con los consumidores, los vínculos que construyen con los productos típicos o patrimoniales se dan en un contexto en el que numerosos productos se han estandarizado u homogeneizado, en este sentido, el enfoque SIAL entiende que los consumidores buscan la reafirmación de su identidad a través del consumo de productos con una fuerte densidad cultural y con referencias identitarias que contribuyen a su especificación (Muchnik, 2006).

Los alimentos con identidad territorial vehiculizan una imagen con la cual consumidores y productores se identifican, y simultáneamente la imagen atribuida a estos productos es susceptible de transformación según las expectativas de los consumidores y el paso del tiempo. Por estas razones, los productos “tradicionales” no son productos fijos en el tiempo. El enfoque SIAL permite visibilizar trayectorias productivas, comerciales y estilos de consumo, abriendo la posibilidad de construir proyectos colectivos que puedan tener impacto en el sistema socioeconómico. Al considerar la acepción de SIAL como un enfoque, comienza a construirse una acepción que permite orientar las intervenciones desde una perspectiva constructorista. Las particularidades que asume el enfoque SIAL nos permite combinar producción-consumo-territorio-identidad, lo que genera sinergias intencionadas en los procesos de intervención territorial para el desarrollo rural.

El proceso de valorización de los productos tradicionales implica la transformación de un determinado recurso local en valor territorial. Esto quiere decir que es posible la activación o potenciación de recursos de acuerdo a una especificidad de base territorial susceptible de ser valorizada para transformarlos en valores territoriales (Bustos Cara *et al.*, 2004).

El enfoque patrimonial propicia un cambio de perspectiva en el abordaje de los procesos de valorización pues considera al territorio no solo en sus aspectos materiales relacionados con las oportunidades del mercado, sino que también aquellos atributos inmateriales que pueden ser percibidos por ciertos consumidores. En otros términos, la valorización de los recursos territoriales puede reinterpretarse como un proceso de incorporación (en los procesos productivos) de recursos específicos (propios del territorio considerado).

Por lo tanto, que un recurso local sea asumido colectivamente, en el proceso de valorización, implica también su patrimonialización. Así, el reconocimiento social (Bustos Cara *et al.*, 2004) y la acción colectiva son condiciones necesarias para la valorización de los recursos locales no sólo desde una dimensión económica. La patrimonialización considerada como un proceso de apropiación colectiva, se trata de “un proceso histórico y cultural de construcción de referencias identitarias comunes a escala local cuyo objetivo es conferir a los alimentos un mayor significado simbólico y mayor densidad cultural” (Sanz Cañada y García Azcarate, 2020). Este proceso no está exento de contradicciones. Autores como Barragán y Linck (2016) plantean la disociación de la propiedad, derechos de uso y de manejo de ciertos productos locales, en los que exploran expresiones tácitas, institucionales y técnicas de la patrimonialización en escenarios territoriales donde se generan disputas.

En este sentido, adquiere relevancia el concepto de gobernanza territorial en los SIAL. Este se refiere a las relaciones de coordinación y acción colectiva favorecidas por la proximidad geográfica y organizativa (Torre y Talbot, 2018). Apunta a la descentralización en la toma de decisiones y la participación de todas las partes interesadas, el desarrollo de redes (para la difusión de conocimientos e innovación, información, relaciones de compra-venta), mecanismos de coordinación multinivel y la cooperación entre sector privado e institucional-estatal (Sanz Cañada y García Azcarate, 2020).

Las fiestas que celebran a los alimentos típicos se constituyen como un espacio en donde la apropiación colectiva se materializa. Esto da lugar a diversidad de debates sobre su impacto en el territorio (reparto del valor agregado, preservación de los paisajes, de la agricultura familiar, conquista de mercados extralocales, entre otros). La Fiesta se propone aquí dispositivo de apropiación colectiva pues pretende establecer un derecho de exclusividad y de manejo, en beneficio de un grupo limitado de actores, sobre un recurso que es propio de un territorio. Esta exclusividad genera una renta, que explica el sobreprecio que alcanzan los productos en los eventos y se vuelve necesaria cuando aporta beneficios sociales mayores en términos de preservación y valoración de los patrimonios territoriales y de afianzamiento de proyectos políticos locales.

## Materiales y métodos

Para comprender el rol que cumplen las fiestas agroalimentarias como dinamizadoras de los territorios locales, se desarrolló un estudio de caso múltiple (Yin, 1993 en Marradi *et al.* 2007). En primer lugar se construyó una base de datos *ad hoc* sobre las fiestas agroalimentarias en Argentina. incluyendo las fiestas reconocidas por el Ministerio de Turismo y Deporte de la Nación y que se constituyen en torno a un producto proveniente del agro o alimentario. En la misma se incluyen las siguientes variables: localización geográfica del evento, producto, fecha de realización del evento y organizadores. Posteriormente se procedió al análisis descriptivo clasificando las fiestas en tres categorías: producto primario (apicultura, cereales/oleaginosas, ganadería, horticultura, pesca, frutícola), producto elaborado (aceites, bebidas, fiambres y embutidos, lácteos, pastelería, elaboración de hierbas y especias) y manifestación culinaria (platos e infusiones). Finalmente, la información fue procesada a través de un Sistema de Información Geográfica (SIG) utilizando un software de acceso libre (QGIS versión 3.4). Este permite el tratamiento de los

datos georreferenciados respecto del objetivo planteado y el análisis de su distribución espacial (Buzai, 2013), obteniéndose una cartografía temática.

En segundo lugar, se seleccionaron seis casos (vino de la costa de Berisso, tomate platense, alcaucil platense, salame quintero de Mercedes, salame de Tandil y postre Balcarce) según los siguientes criterios: tiempo de creación de la fiesta, presencia de un producto típico y con trayectoria de trabajo en su valorización (acompañamiento de universidades, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria).

Para el abordaje, se realizó una revisión de literatura especializada y se examinaron notas de campo efectuadas en ediciones previas de fiestas, sitios web institucionales y redes sociales. La información fue complementada y actualizada durante septiembre del 2020 con un total de quince entrevistas semiestructuradas a funcionarios locales, productores, docentes-investigadores, técnicos, creadores y organizadores de los eventos.

Una vez sistematizada la información se analizaron semejanzas y diferencias de los casos respecto a productos, atractivos, evolución del evento, actores involucrados y elementos de valorización territorial. Posteriormente, se hizo foco en las tensiones y gobernanza: la fidelización del consumidor/asistente al producto y/o al evento, la producción artesanal/industrial, la fiesta como patrimonio y/o atractivo turístico y la articulación de los actores locales y/o extralocales que nos permiten poner en debate a las fiestas como estrategia de valorización.

## **Resultados y discusión**

### ***¿Qué alimentos valorizamos en Argentina vía fiestas?***

Argentina cuenta con una gran diversidad de fiestas populares que se desarrollan a lo largo de toda su geografía. Existe una multiplicidad de fiestas que responden a (y resignifican) tradiciones populares, producciones agropecuarias, alimentos y formas de producirlos, que constituyen el centro de atracción.

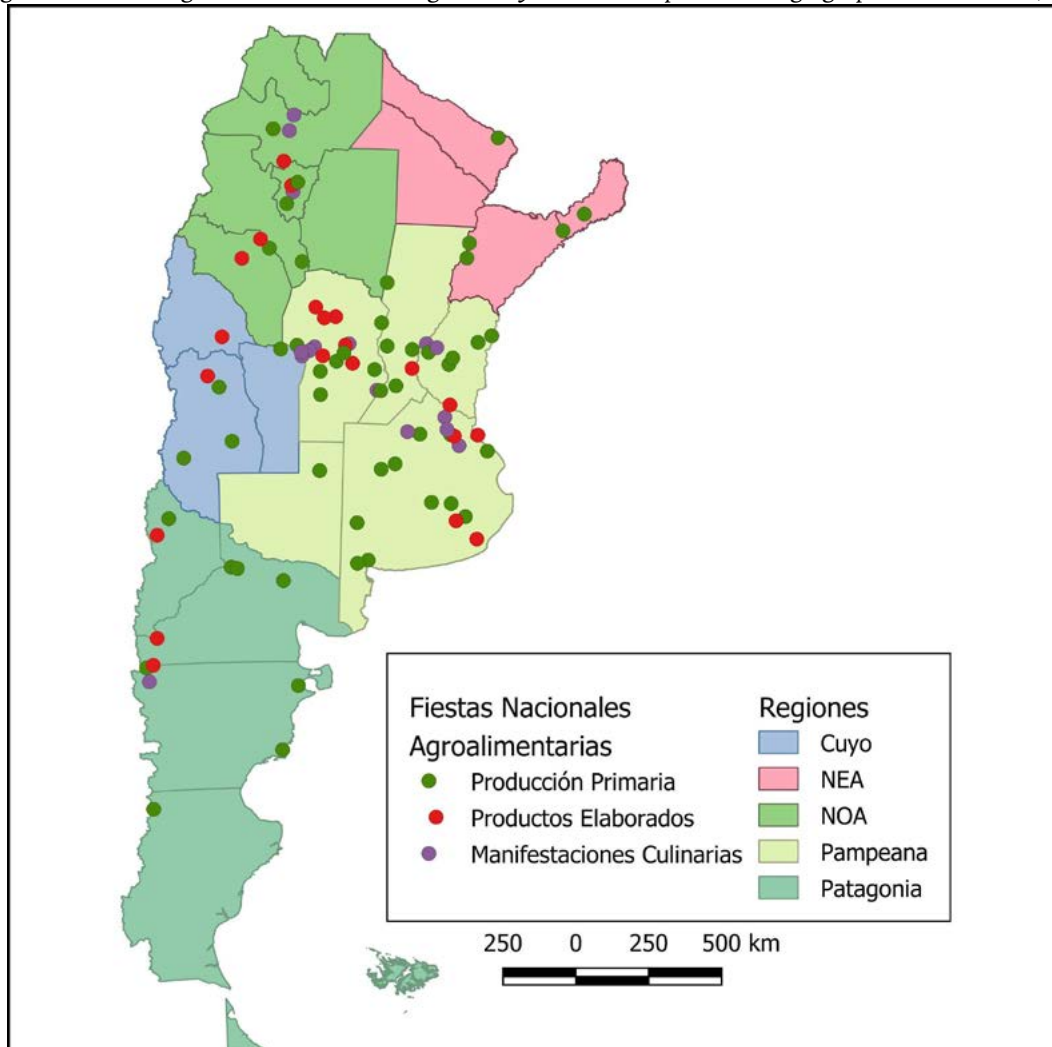
De acuerdo a la Guía de Fiestas Nacionales, Provinciales y Populares de la República Argentina, el total de fiestas vinculadas con agroalimentos y reconocidas en Argentina a nivel nacional es 89. La mayoría (57.3%) está orientada al reconocimiento de productos primarios, principalmente frutas (15.7%), y, en menor medida, granos (cereales, oleaginosas), ganadería y hortalizas. Los productos derivados de la agroindustria representan el 24.7% y las manifestaciones culinarias el 18%. Entre los productos elaborados tienen mayor representatividad las bebidas y los derivados de pastelerías, confiterías y panaderías.

Respecto a la distribución geográfica de las fiestas, se observa una concentración de festividades en la Región Pampeana (61%), siendo las Provincias de Buenos Aires y Córdoba, las que reúnen la mayor cantidad de eventos, siguiendo en importancia la Región Patagónica (13%) y el Noroeste (13%). En el otro extremo, Cuyo y Noreste representan un porcentaje de fiestas inferior al 10% (Figura 1).



**Figura 1.** Fiestas Agroalimentarias Nacionales en Argentina según producto de valorización y distribución geográfica, 2020

*Figure 1. National Agri-Food Festivities in Argentina by valorization product and geographical distribution, 2020*



Fuente: elaboración propia en base a información extraída de <http://fiestasnacionales.org/> (consultado 14/09/2021).  
Source: own elaboration based on information extracted from <http://fiestasnacionales.org/>

Respecto al desarrollo histórico de las fiestas, la celebración de las tradiciones se remonta a las primeras décadas del siglo XX. La Fiesta de la Vendimia, en la región de Cuyo, es considerada la más antigua del país y data del año 1936. Desde entonces, se desarrolla de forma ininterrumpida en la ciudad de Mendoza, donde pobladores, productores y visitantes se reúnen para celebrar el vino y el trabajo en las viñas. Posteriormente, en los años 40 y 50 surgieron fiestas vinculadas a la producción primaria de granos (trigo, arroz, frutales) y cultivos industriales propios de las economías regionales. En las décadas del 60 y 70 comienzan a valorizarse no solo los granos y la producción frutihortícola, sino que también los productos derivados de la agroindustria (quesos y salames). En las décadas siguientes cobran mayor importancia las especialidades, así como las comidas típicas, sobre todo en las primeras décadas del siglo XXI.

En el siglo XX se valorizaron más alimentos derivados de la actividad primaria, con escaso o nulo nivel de diferenciación y anclaje territorial asociado principalmente a economías regionales. Mientras que, ante el avance de los procesos de homogeneización, a fines de ese siglo y sobre todo en el siglo XXI emergieron mayor cantidad de iniciativas de valorización de productos típicos del territorio como alternativa y como una patrimonialización de las culturas locales rescatando los saberes locales.

Respecto al origen de las fiestas varias surgieron a partir de la iniciativa de los propios productores quienes se reunían para desarrollar prácticas hoy consideradas tradicionales. Un ejemplo de ello podría ser la elaboración colectiva de chacinados entre vecinos y la celebración posterior que esta actividad traía aparejada. En su evolución, adquieren importancia otros actores tales como los municipios, quienes asumen un rol protagónico en la organización y motorización de los eventos, en la búsqueda de financiamiento y, según Perez-Winter (2019), en la toma de decisiones sobre qué recursos locales son significativos para mercantilizar.

Algunos gobiernos provinciales, a partir de la gran crisis que afectó a Argentina en el año 2001, apostaron a nuevas estrategias de revitalización económica como el turismo gastronómico en torno a alimentos o bebidas y “rutas gourmet” que promovían circuitos de interés fuera de los destinos turísticos tradicionales. No obstante, este tipo de estrategia, que se consolidó durante la década de 2010, ha motivado el surgimiento de tensiones con respecto a qué resulta “auténtico” y/o representativo de cada ciudad.

### ***Haciendo foco en algunas fiestas agroalimentarias de la Provincia de Buenos Aires***

Los casos de fiestas agroalimentarios que contrastaremos están vinculados a alimentos con identidad territorial y forman parte de propuestas que intentan generar la valorización económica y cultural de los territorios en las que estas innovaciones se construyen.

En la Tabla 1 se exponen las principales características de los casos seleccionados para el presente trabajo. A excepción de la Fiesta del Salame Quintero, los actores comienzan a valorizar los productos con historia vía este tipo de eventos en los años 2000. Las fiestas no sólo constituyen un marco que permite valorizar el producto típico, sino también una canasta de productos territoriales (alimentos artesanales, comidas típicas, productos complementarios y artesanías locales). Las fiestas se organizan con base en distintos atractivos que las distinguen como, por ejemplo, los concursos del vino en Berisso, concurso del salame quintero en Mercedes, el salame más largo del mundo en Tandil, la cosecha de tomate platense por los asistentes en La Plata, el postre Balcarce gigante. En los últimos años estos atractivos se han complementado con otros que tienden a homogeneizar los eventos como, por ejemplo, los patios de comidas, la proliferación de *food truck*, shows artísticos.



**Tabla 1.** Caracterización de las fiestas estudiadas  
*Table 1. Characterization of the studied festivals*

Evento	Localidad	Fecha inicio	Producto valorizado	Otros productos valorizados	Atractivos	Nº visitantes
Fiesta del Vino de la Costa	Berisso	2004	Vino (producto elaborado), prácticas	Alimentos artesanales, comidas típicas, artesanías	Eventos artísticos culturales, concurso de vinos caseros, visitas a viñedos y museos, feria de saberes	80.000
Fiesta Provincial del Tomate Platense	La Plata	2005	Tomate platense (producción primaria) y productos derivados	Otras hortalizas, alimentos artesanales, comidas	Radio abierta, encuentro de organizaciones de agricultores familiares, cosecha de tomate por los asistentes, visitas de consumidores a quintas	12.000
Fiesta Provincial del Alcaucil	La Plata	2007	Alcaucil (producción primaria) y gastronomía en base a alcaucil	Artesanías y otros productos alimentarios, comidas	Show de cocina en vivo, patio de comidas, eventos artísticos culturales	30.000
Fiesta Nacional del Salame Quintero	Mercedes	1975	Salame (producto elaborado)	Quesos, galletas, gastronomía	Concurso de Salame Quintero, recorridas para conocer la ciudad, demostración de elaboración de salame, elección de la Reina, eventos artísticos culturales	50.000
Festival Nacional de la Sierra, Folklore y el Salame Tandilero	Tandil	2011	Salame (producto elaborado)	Quesos y otros alimentos artesanales, artesanías	Elaboración del "salame más largo del mundo", shows gastronómicos, fogones populares, charlas	40.000
Fiesta del Postre	Balcarce	2004	Postre (producto elaborado)	Otros postres, productos de confitería, artesanías	Elaboración y degustación de postre Balcarce gigante, chefs reconocidos, clases de cocina, eventos musicales y culturales	29.000

Fuente: elaboración propia en base a entrevistas, 2020. Source: own elaboration based on interviews, 2020.

Con el devenir del tiempo la mayoría fueron incrementando la duración (más de un día), difusión y cambiándose de espacios cerrados a espacios abiertos o de mayor superficie. Asimismo algunos fueron pasando de estatus municipal a provincial o nacional. En cuanto a la difusión, comenzaron a promocionarse en la capital del país (Ciudad Autónoma de Buenos Aires) y convocar

artistas con reconocimiento nacional en detrimento de los artistas locales, acrecentando el financiamiento para grandes shows. En consecuencia, el área de influencia de las fiestas también se fue ampliando, incorporando visitantes de distinto origen e incrementando el número de asistentes. La Fiesta del Vino de la Costa y la Fiesta del Salame Quintero se destacan, llegando a congregar a 80.000 y 50.000 personas respectivamente.

Albaladejo y Bustos Cara (2004) definen a la valorización como un concepto que incluye a todas aquellas acciones colectivas orientadas a identificar y a comunicar los aspectos positivos de distintas manifestaciones culturales locales y aquellas particularidades que presentan alimentos o artesanías, e incluso el paisaje. De las entrevistas realizadas se obtiene una primera aproximación acerca de cómo entender la fiesta con un enfoque territorial.

Las fiestas del tomate platense y del vino de Berisso se asocian a la recuperación y protección de estos productos, por lo tanto, atañen al desarrollo del sector productivo local. Cada una de estas, por su trayectoria implica la interacción previa (negociación, coordinación) de diversos actores no sólo para la organización del evento en sí, sino de cara a la situación de la producción local que dicha fiesta “celebra”. En las entrevistas se destaca esta articulación de distintos actores sociales:

[Con la Fiesta del Tomate Platense] Me parece importante [...] la interacción entre organizaciones de productores e instituciones del sector público que nos ponemos en contacto, intercambiamos no solamente por cuestiones operativas y de logística sino que pensamos entre todes cómo fortalecer el cultivo de tomate, como posicionarlo como cultivo local; y en ese intercambio nos enriquecemos. (Entrevista a GF, 06/09/2020)

[Para la recuperación del Vino de la Costa] Hubo un gran aporte del sistema científico tecnológico, asesorando y dando asistencia técnica, especialmente en sus inicios la FCAYF, luego Exactas, Bellas Artes, etc., INTA. También los productores que decidieron aportar a la organización; es un camino mucho más rico. Por último, en ese momento hubo una decisión política férrea, desde los gobiernos nacional, provincial y municipal de acompañar y promover estos procesos de desarrollo rural y local, que se plasmó en una gran cantidad de acciones... Y así fue, empezaron a multiplicarse los litros de vino, los kilos de fruta, las hectáreas de mimbre ... La fiesta empezó a ser ese lugar esperado de encuentro, construido colectivamente para mostrar el orgullo de nuestro trabajo y de nuestra historia. (Entrevista a AG, 04/09/2020)

En contraposición, se observa el caso de la Fiesta del Postre de Balcarce. Su origen se encuentra fuertemente atado a la promoción turística del lugar antes que a la tipicidad del producto. Hubo un actor individual que fue creador de la fiesta, el exdirector de turismo, en cuyo relato el postre fue subsidiario de otro objetivo:

El postre era la excusa para la fiesta, el tema era hacer un atractivo para Balcarce y cuando uno va a vender la Fiesta del Postre puede vender Balcarce. Todo. El pueblo, la laguna, el museo, los pueblos rurales [...] Al igual que en la Fiesta del Automovilismo había que animarse a cambiar y sumar un poco de inventiva para darle un nuevo aire a nuestras fiestas. (Entrevista a GW, 14/09/2020)

Estas citas son una muestra del énfasis que en estos discursos se pone en aspectos que también aparecen (en mayor o menor medida) en todos los casos estudiados. En la Fiesta del Salame de Tandil se considera clave el rol del grupo de elaboradores de Salame (Consejo de Promoción de la Denominación de Origen del Salame de Tandil, CDOT). Estos consideraron la importancia de valorizar y, en cierta forma, difundir el producto y lograr un incremento del consumo mediante una fiesta. Así, se asocian en el 2011 a la peña tradicionalista El Cielito, la cual realizaba un festival y certamen de danza y canto de renombre desde 1983. Desde los organizadores del evento, siempre han apuntado a: “valores que hacen a la identidad y las tradiciones de la ciudad, tanto desde aspectos culturales como la danza y el canto, como así también desde su dimensión productiva con la cadena de valor porcina y el Salame Denominación de Origen” (Entrevista a GO, 03/10/2020).

La incorporación del CDOT al evento significó una diversificación de las actividades, incorporando nuevos atractivos. Respecto a los feriantes gastronómicos mantienen la identidad territorial, limitando la participación exclusivamente a los productos locales.

Se pone de relieve, en unos casos, la fiesta como una instancia *particular* de encuentro, en otros, la fiesta como promoción del lugar y sus atractivos, y/o apoyo al sector productivo. La festividad puede ser expresión de lo que territorialmente sucede y se desarrolla a lo largo del año; esto es lo que en la fiesta —como acontecimiento— los actores se muestran entre sí y a los visitantes. En este sentido, en simultáneo a la comercialización, los entrevistados resaltan elementos que aluden a la “afirmación material y simbólica de estos productos; y de una diversidad de intereses, valores, representaciones que múltiples actores les atribuyen, entre ellos los consumidores fundamentalmente urbanos que asisten a ellas” (Barrionuevo *et al.*, 2016: 79). Esta idea se ejemplifica en los siguientes discursos:

[En la Fiesta del Alcaucil Platense] Tenés un tipo de público muy cautivo que sigue a la fiesta y genera esto: pasar fronteras locales, con mucho público de la provincia y del interior... en los últimos años se generó esa visibilidad provincial/nacional. En eso ayudó la Indicación Geográfica... Año a año atraés público ... es el laburo que hacen los productores, instalar al alcaucil con todas sus propiedades y beneficios. (Entrevista a RB, 3/09/2020)

[En la Fiesta del Salame de Tandil] En general Tandil viene trabajando fuerte en lo que es gastronómico, tiene un cluster fuerte. Están a otro nivel. El turismo, la promoción y en definitiva el consumo de los productos locales lo hace el privado, Tandil viene trabajando muy fuerte a nivel asociativo, que pudieron posicionar sus productos con marcas de origen y marcas registradas que eso es todo un proceso de años... tanto en los quesos y salames como en el festival y competencia de danzas folklóricas. (Entrevista a JB, 14/09/2020)

En estas entrevistas hablan funcionarios y exfuncionarios en cuyos discursos se encuentra la noción de que existen asistentes fidelizados a los eventos y un “sector privado” con ciertos saberes y competencias específicas. Se visualiza un proceso dialéctico de producción/consumo, público/privado, simplificado en las figuras difusas de “el público” y de “los productores” como actores traccionados *por* y traccionando *la* valorización de los productos celebrados en las respectivas fiestas. Pero aparecen tensiones que reclaman debates conceptuales de fondo.

### ***Algunas tensiones***

El análisis y la reflexión de los casos seleccionados, en el marco de los procesos de valorización territorial, permiten visualizar diferentes tensiones entre el producto, la manera de producir, de comercializar, de consumir y la relación con el territorio. Se destacan fenómenos como la fidelización del consumidor al producto y/o al evento, la producción artesanal/industrial, la fiesta como patrimonio o como atractivo turístico y la gobernanza de la fiesta en particular la articulación de los actores locales y/o extralocales.

En primer lugar, una discusión recientemente planteada por Barrionuevo y Velarde (2019), para el caso del vino de la costa pero que aportamos aquí para el análisis de las fiestas vinculadas a procesos de valorización de productos patrimoniales, es si estas son o no disparadoras de la fidelización al producto o, más bien, si fidelizan una parte de los consumidores locales al propio evento. En este sentido:

Ante lo que podríamos llamar la fidelización del asistente (aquel que compra con una regularidad de 1 o 2 veces al año, principalmente en la Fiesta), surge la inquietud sobre los riesgos y los mecanismos de exclusión que pueden estar manifestándose. El principal riesgo de pensar la Fiesta sólo como canal comercial es justamente la posibilidad de que su vínculo aparentemente necesario con el producto típico se pierda; pudiendo ser fácilmente apropiado por otra configuración de actores; en otras palabras, autonomizando el evento de la estrategia de patrimonialización que le dio origen. (Barrionuevo y Velarde, 2019: 213)

La cuestión “fidelización al producto vs fidelización al propio evento” puede ser incluida en una discusión teórico conceptual más abarcativa acerca de la mercantilización de la cultura (Margulis, 2006; García Canclini, 1995).

Si bien con estas discusiones se corre el riesgo de reducir las fiestas agroalimentarias a procesos de comunicación y consumo de bienes culturales orientados al turismo, sin inscribirlas en construcciones de poder más amplias a nivel territorial que impliquen políticas públicas que favorezcan el desarrollo rural; hay que considerar cada caso por separado. Se puede observar la tendencia de los actores a resaltar el aspecto cultural-identitario a partir del cual la fiesta es un atractor de ingresos para “los productores” y para el municipio como unidad territorial a partir del turismo. De esta manera, los procesos de recuperación de la producción agroalimentaria y valorización de los productos en cuestión parecen perder protagonismo o tenerlo sólo como

parte subsidiaria del discurso de valorización. Surge la inquietud sobre cuánto redundan en acciones concretas que favorecen la producción agroalimentaria.

En segundo lugar, en estos procesos de valorización se ponen de manifiesto disputas en relación con los criterios de autenticidad que los grupos sociales participantes ponen en juego para la creación y reproducción de sentidos de lo típico y lo industrial (Pérez Winter y Enrique, 2020), lo artesanal y la producción a mayor escala. Así, los procesos de recuperación y valorización van abarcando patrimonio inmaterial y patrimonio material de forma tal que, paralelamente al reconocimiento de saberes detrás de la manufactura de los alimentos, también adquieren reconocimiento las herramientas o los edificios.

En el caso de la Fiesta del Salame Quintero de Mercedes, un entrevistado afirmaba “Defendemos lo tradicional porque en eso se basa lo industrial” (Entrevista a FZ, 28/09/2020). Se da una convivencia entre la producción tradicional de pequeña escala y la producción industrial, donde lo comercial se asocia casi exclusivamente a la producción industrial, mientras que lo artesanal mantiene vigente el quehacer culinario tradicional de los inmigrantes italianos que hacían el salame quintero típico. Se considera que esta situación puede perdurar en el tiempo por la intervención y apoyo institucional, aunque en la Fiesta del Salame Quintero se observa una tendencia creciente hacia la industrialización. Esta tensión también es visible en la Fiesta del Vino de la Costa de Berisso en el concurso de vinos, donde los ganadores suelen ser elaboradores/as de vinos caseros y artesanales de menor escala que los viñateros cooperativizados; prevaleciendo el criterio artesanal sobre el más industrial para juzgar la calidad.

Así la apropiación del valor simbólico se expresa en las Fiestas como una compleja trama de identidades y reconocimientos, en donde se manifiesta una diversidad de intereses en un espacio de comercialización, beneficiándose los productos industriales y los artesanales, pero no sin riesgos de procesos conflictivos.

En la Fiesta del Postre de Balcarce, en los relatos de los entrevistados en cuanto al origen del postre, también surge la disputa entre “el verdadero postre” y aquel otro, de tipo industrial, que elaboran en otros lugares. El Postre Balcarce nace en la Confitería París de Guillermo Talou quien transfirió a sus pasteleros el saber hacer del postre. Posteriormente, la identificación y formulación del postre fue vendido a una empresa de Mar del Plata, la cual fue modificando la receta. En Balcarce los antiguos pasteleros iniciaron sus propios emprendimientos y según estos, son ellos quienes elaboran el “postre original, el natural, de crema natural y dulce de leche natural” (Entrevista a GW, 14/09/2020) diferenciándose del postre industrial elaborado en Mar del Plata.

En tercer lugar, en estos procesos surgen innovaciones de producto y externalidades positivas del alimento valorizado, a veces para ajustarse al contexto socio-económico particular y otras porque otros emprendimientos se apropian del reconocimiento del producto desarrollando bebidas, gustos de helados u otro. Un ejemplo son las porciones individuales del postre Balcarce.

En cuarto lugar, reflexionando sobre la gobernanza de las fiestas en relación con la articulación de los actores del territorio y las dinámicas institucionales que facilitan la emergencia de este tipo de estrategias de valorización, podemos constatar en los casos algunas similitudes y diferencias. En las Fiestas del Salame de Mercedes, Salame de Tandil y del Alcaucil Platense, surgen

por iniciativas de los propios productores que comienzan a visibilizar en sus producciones posibilidades de gestar puentes con los consumidores locales y valorizar sus productos más allá de lo económico. En las diferentes ediciones de las Fiestas se construyen lazos con las instituciones que apoyan y potencian las expectativas de los organizadores. Es la comprensión de la acción política y del sumar a la organización a actores públicos (locales, provinciales y nacionales) que la Fiesta emerge como un nuevo resultado de un proyecto compartido a nivel territorial. El capital social que emerge de las articulaciones de diversidad de actores ó multinivel, que detentan poderes asimétricos, es un catalizador del crecimiento exponencial de estos eventos, tal como ha ocurrido en las fiestas del salame de Mercedes y de Tandil, el alcaucil en La Plata y el vino de Berisso.

Vale mencionar la existencia de dinámicas institucionales a partir de otros dispositivos de valorización de los productos del terruño como son las Denominaciones de Origen y las Identificaciones Geográficas (Ley N° 25.380/00 y su modificatoria N° 25.966/04). Tanto en el caso del Salame de Tandil como en el del Alcaucil de La Plata optaron por estos sellos de calidad. Para el caso del salame de Mercedes y el tomate platense, hubo actores institucionales que prepararon los expedientes para lograr estos sellos pero esto no se materializó.

En algunos casos, el dispositivo de organización de la fiesta conjuntamente con el entramado institucional en torno a la indicación geográfica es citada como una verdadera innovación organizacional. En el caso del Salame de Tandil, esto es resaltado por los propios entrevistados, al punto de llegar a autodenominarse “modelo organizativo”:

Y el CDOT trabaja en la organización general del evento, la feria de productores, el show del salame más largo del mundo y la propuesta gastronómica... El Festival de la Sierra no solo se convirtió en un evento clásico de enorme potencial en términos de convocatoria de público, de altísima calidad en su propuesta y shows sino que además representa un modelo de organización. (Entrevista a GO, 03/10/2020)

Esta cita refuerza la idea de articulación de los actores y a la existencia de vínculos previos y acciones territoriales (Sili, 2019) en esas localidades. En la mayoría de los casos analizados, a excepción de la Fiesta del Postre Balcarce, había dinámicas entre instituciones locales y extra-locales que jugaban un papel como agentes de desarrollo, en donde la estrategia de la fiesta se conectaba a otras acciones en pos de la visibilización de los productos, de los productores y de los consumidores y sus saberes específicos.

Estos casos evolucionan desde sistemas de gobernanza sectorial a gobernanza territorial. En el sentido que las relaciones de valorización comienzan entre los actores del sector exclusivamente hacia relaciones entre distintos sectores, instituciones, gobierno y ciudadanía en general, no atada estrictamente a la fiesta sino con la mirada en el conjunto del territorio (Sanz Cañada y Muchnik, 2016).

En cambio la Fiesta del Postre Balcarce nace por iniciativa de la secretaría de turismo del Municipio. SV remarca “el Postre como el elemento identitario de la cultura local, como un producto



turístico. La fiesta es como para acercar a la ciudad gente que por ahí de otra forma no lo haría” (Entrevista a SV, 14/09/2020). No habría vínculos y/o formas asociativas previas entre los diferentes productores y estos no se encuentran involucrados en la organización y toma de decisiones, dificultando los procesos de apropiación del evento por parte de los mismos. La articulación entre los actores locales se limita a la participación en el evento como feriantes, compartiendo el espacio con actores extralocales. Desde nuestra perspectiva estos lazos débiles, entre los productores del postre (o de otros productos) con la organización y ejecución de la Fiesta acentúa la idea de autonomización del evento al producto típico más que a la discontinuidad de la propuesta de valorización, ya que la Fiesta puede transcurrir igual generando lazos mercantiles con los propios productores a propósito de una gobernanza jerarquizada de los SIAL.

El hecho de que la organización esté mayormente a cargo de un único actor, el Municipio, no la exime de controversias entre elaboradores que participan y que no participan del evento. Según un entrevistado: “Si la organización les abre las puertas, se involucran, pero si la organización llama a dos nada más, se involucran esos dos. ese es el problema. yo lo que veo es que tendrían que invitar a todos y dar importancia a todos, no solamente a dos” (Entrevista a GW, 10/09/2020).

No obstante, más allá de la escasa participación de los propios elaboradores del Postre, la Fiesta logra recuperar la identidad del producto frente a la usurpación de la identificación geográfica en manos de una empresa marplatense. En palabras del entrevistado “Hay gente que se creía que el postre era el mismo que el postre de Mar del Plata, pero como se insistió tanto en que el postre de Balcarce era el original. y bueno lo probaron y les gusta más. Hay más gente que viene a comprar el postre Balcarce... el verdadero postre” (GW, 14/09/2020).

Por lo tanto, la Fiesta del Postre logra reconocimiento a nivel nacional y fidelización de los consumidores al producto, contribuyendo a su patrimonialización. No obstante, la baja participación de los productores en la organización del evento, así como una débil gobernanza territorial genera incertidumbres acerca del incremento de la producción, así como de la continuidad del evento ante posibles cambios de gestión y visiones. En contraposición, se observa el caso de la Fiesta del Alcaucil Platense que nace con alta participación de los productores y que, con un involucramiento creciente del actor municipal fue mutando hacia la gastronomía basada en el alcaucil y otros bienes culturales. Por lo tanto, la ampliación de la red de actores involucrados en las decisiones de las Fiestas expone que en ellas hay intereses que no son estáticos, y que en esta dinámica habrá maneras distintas de resolver cómo se distribuyen y se apropian los posibles beneficios.

## Conclusiones

A lo largo de este estudio de las fiestas agroalimentarias se reflexionó sobre el rol de las mismas en el marco de estrategias de valorización como procesos que dan lugar a disputas y controversias, de presencias y ausencias, de interacciones y roles colectivos e individuales, de inclusiones y exclusiones.

Entre los principales hallazgos, se encuentra que las seis fiestas agroalimentarias seleccionadas de la Provincia de Buenos Aires, Argentina, tienen un lugar importante en los procesos de patrimonialización de los alimentos con anclaje territorial. Esto implica tanto la valorización del patrimonio inmaterial, los saberes necesarios para la realización de los alimentos tradicionales,

como también del patrimonio material relacionado con los edificios, fábricas, quintas, máquinas, herramientas con las que se producen, se elaboran, se comercializan y se consumen.

Emerge también el rol de las fiestas como atractivo turístico, para el desarrollo local y su flexibilidad en relación con otros productos de gastronomía, de artesanías, servicios, paisajes, espacios de comercialización y degustación, que son incorporados a este tipo de eventos. Estos atractivos tienden hacia la homogeneización de las fiestas y su mercantilización, en detrimento de los artistas locales, de la cultura local y del producto con identidad territorial. Es allí donde se observa la tensión entre el crecimiento de la fiesta como atractivo turístico (impulsado principalmente por el municipio) y la sensación de desplazamientos de su énfasis original, sus orígenes relacionados a la acción de los/as propios/as productores/as y el resguardo de una producción local.

Por un lado, es clave identificar quien comanda los procesos organizativos y la toma de decisiones, si participan los/as productores/as u otros actores y cómo lo hacen. Las agendas políticas y culturales condicionan estas celebraciones y se ajustan a los intereses turísticos de la Municipalidad. En otras palabras, la fiesta de quienes elaboran el producto específico que pretende ser valorizado migra hacia la fiesta del pueblo o de la localidad, y mientras más grande, mayor tendencia a eventos con escasa diferenciación entre sí. De algún modo, estas estrategias se estandarizan.

Por otro lado, la homogeneización y mercantilización también se evidencia en la tensión entre productos artesanales e industriales. Mientras que los primeros dan razón de ser de la fiesta, los segundos parecería que garantizan su permanencia o expansión al satisfacer no sólo el volumen de demandas del número creciente de visitantes que arriban a las fiestas sino también, al tratarse de alimentos, exigencias que formalizan cierto control de los procesos de elaboración en sí mismos.

A través de las fiestas agroalimentarias se enlazan espacios y actores del territorio y extraterrestriales. Pareciera que cuando la fiesta se da en un marco de gobernanza, de alta participación de actores con distintos valores, intereses y diferenciales de poder, la fiesta se establece como una estrategia que no sólo atiende los objetivos del desarrollo del turismo sino que reúne elementos de valorización del propio territorio, en un proceso en el cual lo material e inmaterial que se patrimonializa se incorpora entre los “atractivos” del evento. Los casos estudiados revelan situaciones híbridas, en donde las decisiones organizacionales de las Fiestas, generalmente son hegemonizadas por alguno de los actores y no surgen por el consenso, ello nos permite comprender la mayor o menor participación, por ejemplo, de los productores, en los eventos y también situarlos en procesos de aprendizaje social que se van gestando de una edición a la otra.

En algunos casos la Fiesta es el único dispositivo como estrategia de valorización, en los otros se genera una agenda compartida de desarrollo con diversas instituciones para gestar acciones futuras que requieren de una gobernanza territorial con logros palpables que resuelvan las expectativas de los productores, elaboradores, vendedores, etc. más allá de la propia Fiesta y del sector en particular. El reconocimiento de esta dinámica puede reforzar y resignificar vínculos entre los actores, el producto y el lugar, pero nunca estará exento de contradicciones.

## Bibliografía

- Albaladejo, C. y Bustos Cara, R. (2004). *Desarrollo local y nuevas ruralidades en Argentina*. Bahía Blanca, Universidad Nacional del Sur e IRD UR102/INRA SAD-UMR.
- Barragán, E. y Linck, T. (2016). “Las denominaciones de origen en México. El queso Cotija: entre confiscación y valorización patrimoniales”. *Carta Económica Regional* 115: 114-135.
- Barrionuevo, C.; Otero, J.; Ventura, M.; Garat, JJ. y Velarde, I. (2016). “Sabe a territorio. La dialéctica producción/consumo en dos productos agroalimentarios típicos de La Plata-Berisso”. En Bozzano, H. y Velarde, I. (comps.). *Transformaciones socioterritoriales y procesos de intervención en la región rioplatense*. Buenos Aires, Imago Mundi: 69-81.
- Barrionuevo, C. y Velarde, I. (2019). “La Fiesta como canal de comercialización de productos típicos. Consumo y precio del vino de la costa de Berisso”. En Viteri, ML.; Moricz, M. y Dumrauf, S. (eds.). *Mercados: diversidad de prácticas comerciales y de consumo*. Buenos Aires, INTA: 211-220.
- Bustos Cara, R.; Oustry L. y Haag, MI. (2004). “Producción de valores territoriales: entre cultura y mercado. Habilidades y saberes locales como estrategias ante la crisis”. En Albaladejo, C. y Bustos Cara, R. (comps.). *Desarrollo local y nuevas ruralidades en Argentina*. Bahía Blanca, Universidad Nacional del Sur, INRA SAD y UMR Dynamiques Rurales: 125-145.
- Buzai, G. (2013). *Sistemas de Información Geográfica (SIG). Teoría y aplicación*. Luján, Universidad Nacional de Luján.
- Cendón, ML.; Sanz-Cañada, J. y Lucena, D. (2017). “Redes de innovación y colaboración en el Sistema Agroalimentario de Aceite de Oliva de Sierra Magina (Andalucía, España)”. En Del Valle Rivera, M. y Tolentino Martínez, J. (coords.). *Gobernanza territorial y Sistemas Agroalimentarios Localizados en la nueva ruralidad*. Ciudad de México, CONACYT, Red Sial-México y Yod Estudio: 38-46.
- Espeitx, E. (2004). “Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular”. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 2(2): 193-213. DOI <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2004.02.016>
- García Canclini, N. (1995). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires, Sudamericana.
- Margulis, M. (2006). “Ideología, fetichismo de la mercancía y reificación”. *Estudios Sociológicos* 24(70): 31-64.
- Marradi, A.; Archenti, N. y Piovani, JI. (2007). *Metodología de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires, Emecé.
- Muchnik, J. (2006). “Identidad territorial y calidad de los alimentos: procesos de calificación y competencias de los consumidores”. *Agroalimentaria* 11(22): 89-98.
- Muchnik, J. y Sautier, D. (1998). *Proposition d'action thématique programmée: systèmes agroalimentaires localisés et construction de territoires*. Montpellier, CIRAD.

- Pérez Winter, C. (2019). "El 'retorno al campo' desde la mirada local. Redescubriendo los atractivos patrimoniales pampeano-bonaerenses (Argentina)". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 17(4): 779-793.
- Pérez Winter, C. y Enrique, L. (2020) "Entre lo tradicional y lo estratégico: disputas por la autenticidad como valor en las fiestas gastronómicas para la revitalización turística de los poblados bonaerenses (Argentina)". En *I Seminario Internacional de Fiesta y Agricultura XVIII Seminario Iberoamericano Viticultura y Ciencias Sociales*. Santiago de Chile, Chile, octubre de 2020.
- Requier-Desjardins, D. (2015). "La construction de la qualification territoriale : une problématique émergente en Amérique latine?". *L'Espace géographique* 3(44): 214-228.  
DOI <https://doi.org/10.3917/eg.443.0214>
- Sanz Cañada, J. y García Azcárate, T. (2020). "Paisajes, patrimonio y gobernanza territorial de los Sistemas Agroalimentarios Localizados". *Estudios Geográficos* 81(289): 1-5.  
DOI <https://doi.org/10.3989/estgeogr.202057.057>
- Sanz Cañada, J. y Muchnik, J. (2016). "Geographies of Origin and Proximity: Approaches to Local Agro-food Systems". *Culture & History* 5(1): 4-23.
- Sili, M. (2019). "Acción territorial y construcción del desarrollo. La experiencia de zonas rurales de la Pampa argentina". *Revista de Geografía Norte Grande* 74: 159-186.
- Torre, A. y Talbot, D. (2018). "Proximités : retour sur 25 années d'analyse". *Revue d'Économie Régionale & Urbaine* 5-6: 917-936.
- Torres Salcido, G. (2017). "Gobernanza territorial. Un estudio comparativo de Sistemas Agroalimentarios Localizados en México". En Del Valle Rivera, M. y Tolentino Martínez, J. (coords.). *Gobernanza territorial y Sistemas Agroalimentarios Localizados en la nueva ruralidad*. Ciudad de México, CONACYT, Red Sial-México y Yod Estudio: 25-31.
- Velarde, I. (2017). "El enfoque SIAL (Sistemas Agroalimentarios Localizados) como propuesta de intervención para el desarrollo de los recursos territoriales: casos en Argentina". En Saquet, M. y Alves, A. *Processos de cooperação e solidariedade na América Latina*. Río de Janeiro, Consequência: 123-142.
- Velarde, I.; Muchnik, J. y Cittadini, R. (2013). "¡Al gran pueblo argentino, salud! El retorno del vino de la costa de Berisso". *Revista Facultad de Agronomía* 112(3): 45-61.

\* \* \*

RECIBIDO: 12/12/2020  
VERSIÓN FINAL RECIBIDA: 26/03/2021  
APROBADO: 01/04/2021  
PUBLICADO: 07/10/2021

