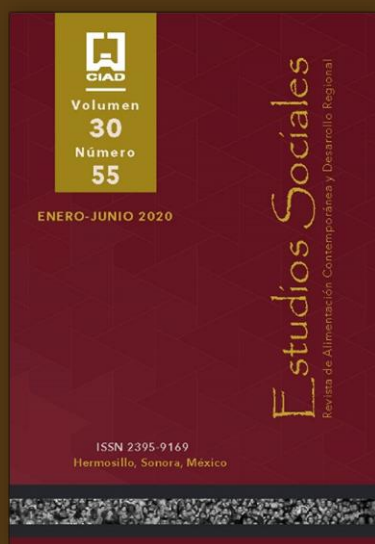


Estudios Sociales

Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional

Volumen 30, Número 55. Enero - Junio 2020

Revista Electrónica. ISSN: 2395-9169



Gentrificación y alimentación
en Santa María La Ribera

Gentrification and Food
in Santa María La Ribera

DOI: <https://dx.doi.org/10.24836/es.v30i55.838>

PII: e20838

José Antonio Vázquez-Medina*

<https://orcid.org/0000-0002-4191-4744>

Adrián Hernández-Cordero**

<http://orcid.org/0000-0002-5736-1371>

Sofía Inés Lagos*

<https://orcid.org/0000-0002-9894-5939>

Francisco Ramón Rangel-Trujillo*

<https://orcid.org/0000-0002-3838-1123>

Fecha de recepción: 02 de julio de 2019.

Fecha de envío a evaluación: 21 de octubre de 2019.

Fecha de aceptación: 05 de noviembre de 2019.

*Universidad del Claustro de Sor Juana. México.

** Autor para correspondencia.

Universidad Autónoma Metropolitana.

Unidad Iztapalapa.

Departamento de Sociología.

Av. San Rafael Atlixco 186.

Leyes de Reforma 1ra. Sección.

09340 Ciudad de México. México.

Teléfono 58046466

Dirección: adn212@gmail.com

Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A. C.

Hermosillo, Sonora, México.



Resumen / Abstract

Objetivo: Explorar la relación que existe entre gentrificación y alimentación en un barrio de la Ciudad de México a través del cambio del paisaje alimentario de la zona estudiada. **Metodología:** Este trabajo tiene una combinación de técnicas etnográficas que incluyen observación participante y doce entrevistas semiestructuradas a informantes clave. **Resultados:** Los procesos de transformación barrial pueden ser analizados a través de las prácticas alimentarias y de las reconfiguraciones de los paisajes alimentarios urbanos en múltiples dimensiones: desde el establecimiento de nuevos negocios, hasta la diversificación en los tipos de consumo, pasando por el significado que adquieren los establecimientos tradicionales que se han convertido en espacios de resistencia. Los cambios en la estructura urbana y demográfica están estrechamente vinculados con la transformación del paisaje. **Limitaciones:** El presente trabajo no alcanza a registrar otros procesos concatenados a la propia transformación barrial y que inciden también en las prácticas alimentarias de habitantes y visitantes de la misma. **Conclusiones:** A partir del análisis de Santa María La Ribera podemos resaltar la forma en la que los cambios en la oferta culinaria de un vecindario pueden evidenciar la manera en que éste se reconfiguran en su estructura poblacional y urbana, así como la resignificación de ciertos espacios como los puntos de venta y consumo de alimentos.

Palabras clave: alimentación contemporánea; ciudad; alimentación; gentrificación alimentaria; Santa María la Ribera; paisaje alimentario.

Objective: To explore the relation between gentrification and food in a neighbourhood of Mexico City through the transformation of the foodscape of the studied area. **Methodology:** This work has a combination of ethnographic techniques that include participant observation and twelve semi-structured interviews with key informants. **Results:** Neighbourhood transformation processes can be analysed through food practices and reconfigurations of urban foodscapes in multiple dimensions: from the establishment of new businesses, to the diversification in the types of consumption, through the meaning that they acquire the traditional establishments that can be observed as spaces of resistance. Changes in the urban and demographic structure are closely linked to the transformation of the landscape. **Limitations:** The present work does not record other processes linked to the own neighbourhood transformation that also affect the food practices of inhabitants and visitors. **Conclusions:** Based on the analysis of Santa María La Ribera, we can highlight the way in which shifts in the culinary offer of a neighbourhood can show how it is reconfigured in its population and urban structure, as well as the resignification of certain food spaces.

Key words: contemporary food; city; food; food gentrification; Santa María La Ribera; Mexico City; foodscape.



Introducción

Como en casi cualquier proceso social que tiene que ver con la movilidad humana, la alimentación sirve como un escaparate para mostrar algunos aspectos de la cultura que se generan a partir de los cambios y las transiciones en las composiciones demográficas, espaciales y económicas de donde se expresa. En este sentido, como afirma Sbicca (2018), la alimentación ofrece un punto de observación privilegiado para entender la política y los procesos de gentrificación, ya que como sostiene la Fundación Hogar del Empleado (Fuhem) en su dossier sobre *gentrificación, privilegios e injusticia alimentaria* (Fuhem, 2018, p. 3), “la estimulación del consumo está omnipresente en la dinámica urbana actual, y la gentrificación aprovecha esta pulsión incluso en ámbitos tan cotidianos como la alimentación”. Y es que, como bien explican Zukin (1995) y Botterman (2017), los cambios en el significado de los alimentos y la cultura culinaria representan una lente útil para estudiar la transformación de las áreas urbanas desde los modos de producción hasta los espacios de consumo.

En este marco, Santa María La Ribera ofrece un escenario propicio para estudiar las relaciones que se gestan entre el fenómeno alimentario y la gentrificación. Las dinámicas de transformación urbana que se visibilizan de manera, cada vez, más frecuente en el barrio, entran en sincronía con el surgimiento de un nuevo enclave de negocios de comida que dan cuenta de los procesos de transformación urbana y del cambio poblacional de dicha colonia.

Más allá de una discusión bourdieusiana sobre el sentido del gusto y los tipos de consumo como diferenciadores sociales en términos de clase, el objetivo de este texto es explorar la relación que existe entre gentrificación y alimentación en un

barrio de Ciudad de México a través del cambio del paisaje alimentario de la zona estudiada. Pretendemos evidenciar que los procesos de transformación barrial pueden ser analizados a través de las reconfiguraciones de los paisajes alimentarios en múltiples dimensiones: desde la adaptación y modificaciones de los menús de los establecimientos para atraer a un público con nuevas necesidades de consumo que se insertan en una lógica global, hasta las decisiones y preferencias alimentarias de los habitantes y visitantes del barrio que tienen que ver con el aprovisionamiento de los alimentos preparados debido a la recomposición de la oferta alimentaria, donde los puntos de venta *tradicionales* se adaptan o resisten a las transformaciones del barrio.

Santa María La Ribera: un barrio en proceso de gentrificación

Santa María La Ribera es un barrio céntrico de Ciudad de México. Sin embargo, no siempre fue así. Surgió a mediados del siglo XIX cuando las ideas de urbanismo ilustrado estaban en su apogeo. Los sectores adinerados de la capital comenzaron a demandar nuevos espacios para establecer sus residencias fuera del núcleo central, el cual presentaba problemas de higiene y pobreza. De esta manera, la nueva colonia fue pionera en el proceso de la urbanización de la ciudad y marcó que el poniente sería el punto cardinal en el que se localizaron los nuevos barrios de la burguesía urbana. Al ubicarse en la periferia, sus habitantes podrían huir de la alta densidad central y tener un mayor contacto con la naturaleza. Los sectores que buscaron este nuevo modo de vida, que articuló lo urbano y lo rural, fueron, según Boils (2008), grupos de altos ingresos, aunque también profesionistas liberales (médicos, abogados, profesores, etc.), así como personas vinculadas con el ámbito artístico.

Santa María La Ribera comenzó a perder su carácter patricio hacia mediados del siglo XX, cuando ya había dejado ser el límite urbano. Cabe recordar que, en ese momento, Ciudad de México experimentó un importante crecimiento demográfico, así como la llegada masiva de migrantes rurales, quienes ocuparon el sitio que las clases medias dejaron en el Centro Histórico y su área de influencia. En ese contexto, de nueva cuenta los sectores acaudalados siguieron con su éxodo hacia el sur y poniente de la metrópolis. Según Boils (2005), a partir de ese momento las grandes y viejas construcciones con las que contaba Santa María La



Ribera comenzaron a ser reformadas, subdivididas e incluso convertidas en vecindades que sirvieron para albergar a los sectores populares que comenzaron a poblar la colonia. No sobra decir que, según el Programa Parcial de Desarrollo Urbano Santa María La Ribera del año 2000, casi un tercio del total del parque inmobiliario se constituye por vecindades, es decir, una tipología de vivienda popular.

En este periodo comienza el deterioro del Centro Histórico y sus áreas colindantes, debido a que los esfuerzos gubernamentales y privados se centraron en orientar el desarrollo urbano hacia las periferias. La desatención y desinversión gubernamental generaron el menoscabo de la infraestructura pública y las rentas congeladas llevaron a la pauperización del parque habitacional; situación que se agravó con los efectos de los sismos de 1985, que afectaron diversas edificaciones.

Los terremotos no solamente implicaron daños en edificios en Santa María La Ribera, sino que, además, trajeron consigo una reconfiguración social. Bustamante y Campos (2014) señalan que en ese lugar se montaron refugios para damnificados de los barrios populares de la zona oriente del Centro Histórico quienes, posteriormente, recibieron viviendas en la colonia. Este suceso es un parteaguas desde dos vertientes: por un lado, surgieron organizaciones sociales de lucha por la vivienda como la Asamblea de Barrios que, desde ese momento, ocupó casas vacías y ruinosas o terrenos baldíos que, luego, fueron regularizados. La Asamblea de Barrios desde entonces tuvo una influencia mayúscula en la gestión inmobiliaria de la zona, así como de Ciudad de México. Por otro lado, se intensificó la presencia de pobladores de sectores populares (obreros y migrantes rurales e indígenas). Ante la presencia de los nuevos pobladores, los habitantes de antaño, según Bustamante y Campos (2014), comenzaron a asociar el incremento de la delincuencia con su llegada, ya que varios de los nuevos vecinos provenían de colonias como Tepito o Guerrero que, históricamente, han sido asociadas con actividades delictivas. El estigma popular y peligroso se hizo extensivo a Santa María La Ribera y perduró por varios años, contribuyendo así a la tugurización de ésta.

La situación de Santa María La Ribera no podía pasar desapercibida para el gobierno local. En los años noventa se creó un primer programa de desarrollo urbano para intervenir la colonia. Ello ocurrió en el contexto de la implementación del urbanismo neoliberal en la ciudad de México. Hernández (2012) menciona que la manera en la que la llegada de los tecnócratas priistas al gobierno local implicó la reorientación del desarrollo urbano en función de la

denominada planeación estratégica. Se diseñó una serie de intervenciones en zonas clave de la ciudad como la Alameda Central, Polanco, Santa Fe y Xochimilco que buscaron revitalizar los circuitos capitalistas urbanos. Al mismo tiempo, se comenzó con la recuperación y revalorización del Centro Histórico y de algunos barrios emblemáticos, incluida Santa María La Ribera.

En este marco, en el año 2000 se publicó el Programa Parcial de Desarrollo Urbano que se encargó, entre otras tareas, de realizar un diagnóstico de Santa María La Ribera. El hallazgo principal fue que se encontraba subutilizada; es decir, la densidad habitacional era baja. La situación demográfica resultaba alarmante, ya que para 1995 la colonia mostraba una clara tendencia hacia el despoblamiento. Asimismo, se detectaba la persistencia de predios baldíos como consecuencia de los sismos de 1985. Otro hallazgo que mostraba la crisis habitacional de la colonia fue la gran cantidad de inmuebles abandonados, alrededor de 61. De éstos, casi la mitad disponían de algún atributo patrimonial. Por lo anterior, Santa María La Ribera se encontraba en una paradoja: por un lado, expulsaba a sus habitantes, sobre todo por la situación de inseguridad que vivía la colonia. Por otro lado, disponía de una amplia reserva habitacional que estaba siendo desperdiciada.

Ante tal escenario, el Plan Parcial planteó una estrategia que consistió en utilizar la bolsa de suelo disponible para redensificar el barrio, es decir, construir vivienda incrementando los niveles de edificación. Con ello, se buscaba revertir la tasa de negativa de crecimiento poblacional y reposicionar a Santa María La Ribera como un vecindario céntrico y con valor patrimonial que podía resultar atractivo para sectores medios, así como para dinamizar el mercado inmobiliario local.

Actualmente, podríamos inferir que, en Santa María La Ribera, el proceso de construcción de vivienda ha sido más lento que en otras colonias céntricas, debido a la situación legal de los predios, así como a la imagen peligrosa del barrio. No obstante, a partir del trabajo de campo realizado, es evidente la proliferación de nuevos edificios residenciales que, por cierto, tienen más de los tres niveles que estipuló el Programa Parcial del año 2000. El dinamismo inmobiliario de la colonia ha sido documentado en la investigación de Valeriano (2016), quien encontró que, la mayoría de propiedades que se ofrecen en el mercado inmobiliario, son departamentos. Según la autora, del total de propiedades en venta, casi el 60 % son construcciones con una antigüedad menor a un lustro.

A simple vista, el incremento en la construcción de viviendas en Santa María La Ribera sugiere la llegada de nuevos residentes. Sin embargo, los datos disponibles muestran otra realidad. En el censo poblacional de 2010, la colonia registraba



solamente tres mil habitantes más que en 1990, evidenciando que la colonia ganó vecinos, aunque no como se preveía en el Programa Parcial, el cual proyectó que para el año 2010 habría 53 mil habitantes.

La observación directa en el terreno, así como otras investigaciones (Marcadet, 2007; Valeriano, 2018), sugieren que los nuevos habitantes de Santa María La Ribera tienen un perfil gentrificador. Según Morales (2015) la colonia vivió un importante incremento de población joven de clases medias, la cual tiene mayor instrucción escolar (estudios superiores) y viven solos o en familias pequeñas. El nuevo perfil de habitantes ha sido estudiado por Valeriano (2018), quien describe las motivaciones que tienen los jóvenes bohemios para elegir como lugar de residencia el barrio de estudio. Entre ellas se encuentra su ubicación céntrica y su eficiente conexión con las principales vías de comunicación. Igualmente, son atraídos por el valor patrimonial de sus construcciones que son elementos reclamados y valorados por los sectores con un alto capital educativo.

En general, podríamos afirmar que los nuevos habitantes están vinculados con el mundo de la gestión cultural y han encontrado en Santa María La Ribera un terreno fértil para desarrollar sus proyectos de emprendedurismo o bien, para vivir allí. El barrio todavía cuenta con precios de suelo relativamente accesibles, contrariamente a otras colonias con características similares que se han elitizado como la Condesa o la Roma. Dicha gentrificación ha favorecido la migración de habitantes de estas colonias hacia Santa María La Ribera.

La presencia de los sectores sociales mencionados ha contribuido a imprimir una imagen de sofisticación cultural de Santa María La Ribera que se ha visto favorecida a partir de la reapertura del Museo del Chopo que se encuentra ubicado en la colonia; se convirtió así, en un nodo que articula, directa o indirectamente, la vida cultural del vecindario. La reapertura del Museo impulsó también la llegada de la denominada clase creativa (Florida, 2009), que se caracteriza por su estilo de vida liberal, bohemio y que privilegia el consumo diferenciado de bienes y servicios que se producen en la colonia.

Aunque los procesos señalados han revitalizado la colonia, se podría afirmar que no se han cumplido a cabalidad los objetivos del repoblamiento de Santa María La Ribera, aunque es visible un desplazamiento de antiguos pobladores de bajos ingresos, debido al incremento del valor del suelo, así como de los productos y servicios básicos. Los principales afectados han sido, como sostiene Díaz (2016), los pobladores pobres e indígenas, quienes en la última década -según la estadísticas- han perdido presencia en la colonia.

Gentrificación y *gourmetización* ¹ de la oferta alimentaria: una relación ineludible en los procesos de recomposición urbana

Hacia mediados de la década pasada y ante la llegada de nuevos habitantes, Santa María La Ribera empezó a convertirse en un *spot cultural* que trajo a nuevos urbanitas a consumir lo producido en la colonia. Como parte casi inherente del proceso de cambio poblacional, restaurantes, cafés y otros puntos de venta de alimentos preparados inmersos en una lógica de consumo que apela al *cosmopolitismo culinario*, empezaron a conformar un nuevo paisaje alimentario. Prueba de lo anterior es que Santa María La Ribera se ha convertido también en foco de atención de publicaciones de ocio donde se destaca no sólo la *movida cultural*, sino también los itinerarios gastronómicos que se pueden realizar en la colonia, y que evidencian la presencia de los nuevos restaurantes que ofrecen menús innovadores, así como una especie de revitalización de ciertos puntos de venta de alimentos *tradicionales* que resisten y coexisten con la nueva oferta alimentaria.²

Como explica Authier (2007), los nuevos habitantes que tienen fuertes vínculos con los medios artísticos y culturales hacen uso extenso de los nuevos establecimientos como una caracterización distintiva de su manera de habitar el barrio. El autor en un estudio comparativo llevado a cabo en dos localidades francesas, clasifica no solo los perfiles de los consumidores de los nuevos negocios, sino que además propone un tipo de *gentrificación comercial* a partir del consumo en estos espacios emergentes. Para Authier, los negocios barriales además de caracterizar un tejido comercial que da cuenta los procesos de gentrificación, también pone acento en las relaciones simbólicas que se gestan al interior de dichos establecimientos para mostrar las maneras contrastadas en habitar el barrio y vivir la ciudad.

En otro caso de estudio ubicado en Nueva York, Zukin, Lindeman y Hurson (2017) analizaron los restaurantes como nuevas formas de habilitar espacios deprimidos que pueden ser considerados como sitios de cohesión y puntos de atracción para visitar el barrio. Las autoras afirman que, en vecindarios en proceso de gentrificación, los restaurantes



son probablemente incubadoras, por un lado de cocinas *auténticas* favorecidas por este tipo de consumidores que aportan una “disposición estética” a las prácticas más humildes del consumo diario; y por otro, a los nuevos restaurantes vanguardistas que generan eco en los medios de comunicación³ (Zukin et al., 2017, p. 472).

A pesar de que los efectos sociales, económicos y culturales que llevan consigo los procesos de gentrificación, aún son pocas las miradas desde la academia que han centrado su atención en la relación de dichos procesos con los fenómenos alimentarios. Desde los *food studies*⁴ y algunas de las ciencias sociales que los conforman (como la antropología social, la geografía humana y la sociología del desarrollo), se ha problematizado las (re)composiciones de los paisajes alimentarios urbanos a partir de los cambios en la población donde se ubican para explicar otros procesos sociales más amplios como la ciudadanía y autonomía alimentarias, la gobernanza, la racialización, la turistificación y etnitización de la alimentación. Sin embargo, en la mayoría de estos estudios, la gentrificación es asumida como una consecuencia de dichos procesos sin priorizar su causalidad. Además, el grueso de la producción científica que ha explorado la relación entre alimentación y gentrificación basa sus reflexiones en estudios llevados a cabo en países desarrollados con problemáticas que han centrado su análisis en explorar asuntos que no necesariamente son operativos en contextos como Ciudad de México. Por ello, este trabajo intenta llenar un vacío en los estudios urbanos nacionales con problemáticas que se enmarcan en procesos sociales propios del sur global.

La gentrificación y su relación con el paisaje alimentario: algunas aclaraciones conceptuales

En este trabajo entendemos a la gentrificación como un fenómeno de cambio socioespacial, mediante el cual se revaloriza un sector de la ciudad y que se caracteriza por la llegada de sectores de clase media y el desplazamiento de residentes de menores ingresos. El proceso además se acompaña de la transformación del paisaje urbano, así como de la estructura comercial del área afectada. La gentrificación ha sido estudiada, desde los años setenta, mayoritariamente en los países anglosajones; llegó en los noventa a España y hasta el nuevo milenio fue retomada en América Latina. En ésta se ha desarrollado un

conjunto de trabajos (Herzer, 2008; Hiernaux y González, 2014; Janochska y Sequera, 2014) que ha buscado encontrar sus particularidades para poder crear un corpus teórico propio y diferenciarse de la realidad de países con un alto PIB. Sin embargo, poco se ha escrito sobre la relación que existe entre gentrificación y alimentación, a pesar de que es un binomio evidente y que cada vez toma mayor fuerza en las mutaciones urbanas. Por ello, y ante la falta de estudios que problematicen dicha relación en contextos latinoamericanos, tomamos en consideración las aproximaciones que se han hecho para los países anglosajones como las de Zukin et al. (2017) y Roseberry (1986), así como las de González (2018) para el caso español.

Para explicar el vínculo entre gentrificación y alimentación recurriremos al concepto *paisaje alimentario*, que ha devenido en una categoría compleja apropiada desde diferentes frentes epistemológicos para explicar cómo se conforman los sistemas alimentarios en la contemporaneidad, tanto en el plano material como en el simbólico. Sin embargo, la amplitud del concepto amerita precisar el segmento de su análisis.

Podemos distinguir un punto en común de las aproximaciones para articular una definición operativa para el presente estudio. Estamos de acuerdo en las nociones que conciben el paisaje alimentario como una “construcción social dinámica que relaciona la alimentación con lugares específicos, sujetos y significados”⁵ (Johnston y Baumann en Earl, 2018, p. 17). Es decir, ponemos atención en “lo que comemos, los contextos en que comemos, cómo la comida es servida, así como las interacciones sociales alrededor de ella, los valores y las normas que se enmarcan en un tiempo, espacio y contexto social”.⁶ Asimismo, tomamos en consideración lo que afirma Matus (2007, p. 89) al proponer que la comida provee un campo semántico “donde los elementos constitutivos de un paisaje se organizan en relación a ciertos alimentos y que estos espacios también pueden ser impugnados por actores que luchan por definir su terreno de acción política”. En un marco más amplio, para entender la noción del paisaje alimentario en términos de procesos sociales macro que están condicionados por la lógica de consumo global, consideramos la perspectiva de Ferrero (2002) quien, inspirada por Appadurai (2001), entiende que la alimentación se enmarca también en una lógica de flujos globales de personas, valores y recursos financieros que implican la movilidad de paradigmas culturales y de consumo que caracterizan a las sociedades contemporáneas.



En este trabajo, y para segmentar aquellos espacios de interés para el objeto de estudio, consideramos a los restaurantes y puntos de venta de comida preparada como referencia para analizar las transformaciones del paisaje alimentario de Santa María La Ribera. Para explicar lo anterior, en primer término, resulta preciso señalar que consideramos algunas reflexiones que se han hecho sobre los restaurantes para asumirlos como espacios que dan cuenta de las transformaciones sociales (Beriss y Sutton, 2007; Hossoun, 2014; Vázquez-Medina, 2016). Un aspecto en común que plantean los autores que han estudiado el papel de los restaurantes desde su carácter social, es que pueden ser considerados como espacios donde suceden negociaciones en múltiples dimensiones: desde el gusto como construcción cultural, hasta los posicionamientos ideológicos que tienen que ver con los tipos de consumo que ocurren en dichos espacios; o bien, cómo su presencia puede ser considerada como una manera de apropiación del territorio.

De igual manera, es necesario precisar que en ningún caso asumimos la relación entre alimentación y gentrificación como una constante homogénea o que se expresa de manera regular en todos los restaurantes y puntos de venta de alimentos, sino como una expresión difusa que puede ser analizada desde distintas aristas. Por ello, tomamos como puntos de partida las premisas propuestas por Matta (2013 y 2016) para entender los procesos de *gentrificación de las cocinas*, apoyados también por algunos postulados de Zukin et al. (2017) para entender propiamente la *gourmetización de las cocinas populares*. En este sentido, entendemos la gentrificación de las cocinas como una *elitización* de las prácticas culinarias populares o los espacios donde se prepara y se consumen alimentos. Ponemos atención a los cambios en la preparación, presentación y consumo de alimentos que pertenecen a la cultura alimentaria popular mexicana, que ahora están insertos en una lógica global para atender las necesidades de comensales de la denominada clase creativa. Éstos le confieren nuevos valores mercantiles a la comida popular, pero también requieren ciertos estándares en su preparación y la adaptación de los espacios en donde esta comida se ofrece.

Por otro lado, analizamos la *gentrificación* mediante *la comida* propuesta por Sbicca (2018), con algunas de las reflexiones descritas por González, (2018), Zukin et al. (2017) y Roseberry (1996) para explicar cómo el cambio de negocios de alimentos, pueden catalizar transformaciones barriales e incentivar los procesos de gentrificación, al conferir cierto grado de plusvalía a los predios y viviendas que se encuentran cerca de ellos. En este sentido, entendemos que la caracterización de los restaurantes, sobre todo aquellos que privilegian la atracción de consumidores

potenciales con capitales culturales y capacidad de gasto más amplios, promueve también la transformación en la composición barrial y favorece también la segmentación en el acceso a dichos negocios.

Analizar el cambio alimentario y la gentrificación. Nota metodológica

Los hallazgos etnográficos aquí presentados, son resultado de una combinación de técnicas de investigación propias de las ciencias sociales. Privilegiamos la observación directa y participante en diferentes días y horarios, con la finalidad de captar la diversidad de dinámicas sociales, así como para caracterizar los espacios de consumo que representan los cambios en el paisaje.

Las visitas en su mayoría se hicieron en equipo. Consistieron en hacer recorridos por la zona de estudio, ya fuera en las calles principales y secundarias, así como en la Alameda. Se diseñó un programa de visitas de observación que cubriera los diferentes tiempos, pulsos y ritmos de la oferta culinaria del barrio y que fuera acorde con la *gramática culinaria* propia de la cultura alimentaria de la Ciudad de México. Es decir, se hicieron observaciones en horas clave durante la mañana, tarde y anochecer durante días laborales, así como fines de semana.

Igualmente, ingresamos y consumimos alimentos en diferentes establecimientos, con la finalidad de conocer de primera mano la ambientación de los locales, estudiar las cartas de alimentos, degustar sus productos e interactuar con otros comensales, meseros, encargados y/o propietarios de los establecimientos. Asimismo, llevamos a cabo una revisión de las redes sociales de algunos establecimientos, con la finalidad de mirar la forma en que conforman su *branding*.

Durante los seis meses que duró el trabajo de campo, fuimos testigos de aperturas y cierres de establecimientos clave para esta investigación. Por ello, somos conscientes que los hallazgos aquí referidos muestran un momento dinámico que no necesariamente refleja un proceso concluido, y que la vertiginosidad del cambio en el paisaje, nos impide hacer generalizaciones sobre la zona de estudio.

Sabíamos que la observación no era suficiente para escudriñar la compleja realidad de Santa María La Ribera; por ello recurrimos a otra técnica para complementar y contrastar los hallazgos recuperados de la observación. Las



entrevistas semiestructuradas nos permitieron establecer rapport con los actores clave del proceso para algún modo, conocer su relación con el fenómeno estudiado.

Realizamos doce entrevistas semiestructuradas a sujetos clave basadas en un guión de tópicos que incluyeron: su percepción sobre el cambio poblacional en el barrio, caracterización de los perfiles de los consumidores, asociaciones afectivas hacia los puntos de venta tradicionales, la percepción de los nuevos establecimientos: y, la existencia y persistencia de una identidad culinaria barrial. Clasificamos a los interlocutores según su relación con el barrio y con el paisaje alimentario del mismo:

1. Propietarios de restaurantes tradicionales
2. Propietarios de restaurantes contemporáneos
3. Vecinos del barrio que habitan ahí desde hace más de dos décadas
4. Vecinos del barrio que han llegado a partir de la transformación barrial
5. Consumidores que solían ser vecinos y que regresan a los restaurantes
6. Activistas y otros promotores que impugnan la recuperación del barrio

Para seleccionar los puntos de referencia, realizamos varias exploraciones alrededor del barrio para identificar los puntos de venta de alimentos que: 1) fueran un punto de congregación de actores; 2) que fueran referidos por los propios vecinos o por publicaciones como restaurantes identificativos del barrio o; 3) que por las características de su concepto pudiéramos identificarlos como restaurantes enmarcados en una lógica del consumo global.

El caleidoscopio culinario de Santa María La Ribera

A partir de recorridos sobre el terreno se lograron identificar aproximadamente cincuenta establecimientos de venta de alimentos en el cuadrante que forman las calles Sor Juana Inés de la Cruz, Mariano Azuela, Eligio Ancona y Sabino. Dicho recorte no cubre la totalidad de la superficie del barrio. Sin embargo, lo consideramos prudente porque funciona como el centro de la colonia, por lo que allí se concentran la mayoría de los establecimientos gastronómicos.

En dicho sector la oferta de alimentos es diversa. Existen fondas que ofrecen comidas corridas a precios económicos; restaurantes de comida regional como barbacoa hidalguense o platillos oaxaqueños; establecimientos de comida rápida

que se especializan en platillos como chilaquiles; restaurantes gourmets que ofrecen cocina mediterránea ya sea en una atmósfera bohemia o en ambiente más exclusivo; locales con oferta de comida extranjera, básicamente rusa, italiana y japonesa, así como cafeterías de chinos y alguna con café de especialidad. La gran cantidad de negocios de restauración en una superficie reducida vuelve al centro de la Santa María La Ribera en un caleidoscopio culinario, en donde se puede acceder a una oferta diversa y cosmopolita que resulta de gran atractivo para sus nuevos habitantes, así como para sus visitantes, confirmando al primer cuadro de la Alameda un carácter neurálgico.

La proliferación de locales gastronómicos, sin lugar a duda, responde a las dinámicas de transformación urbana que está experimentando el vecindario. Sin éstas no existiría un potencial mercado de sectores de clase media que demanda una amplia oferta de comida (popular, regional y cosmopolita) que progresivamente se han ido acomodando en Santa María La Ribera como una alternativa a barrios hípsters saturados como la Condesa o la Roma. De este modo, la zona de estudio se ha posicionado como un barrio por descubrir, en el que confluyen la amplia oferta gastronómica, el atractivo patrimonial y los rasgos de la vida popular que resulta atractiva para la clase creativa (Florida, 2009).

En la zona de estudio encontramos tres ejes de distribución de expendios de comida. Por un lado, la calle Santa María La Ribera, que puede considerarse la arteria principal del vecindario, ya que conecta la Alameda con ejes viales importantes. El alto flujo de personas contribuye a la diversidad de la oferta que va, desde cocina mediterránea, hasta restaurantes populares de larga data. Por otro lado, la segunda concentración es la que ocurre en el perímetro de la Alameda, el cual ofrece un paisaje del que se aprovechan los establecimientos mercantiles. Allí coexisten, entre otras, comida rusa, regional mexicana y varias cafeterías que han aprovechado las amplias banquetas y el paisaje del parque para instalar terrazas, apelando así a una lógica de consumo global altamente popularizada en destinos turísticos internacionales.

Finalmente, el tercer núcleo es el que se conforma a partir del Mercado La Dalia que se caracteriza por aglutinar en su área de influencia comercial, puestos ambulantes, cocinas económicas y restaurantes de tipo popular, sirviendo como espacio de refugio para los antiguos habitantes del vecindario. Sin embargo, en el propio mercado se empieza a percibir la diversificación en la oferta de comida popular, con la incursión de un par negocios de ensaladas y sándwiches gourmet,

lo que hace visible las nuevas necesidades de consumo de los compradores o visitantes del mismo.

Por otro lado, encontramos también otro nodo gastronómico a pocos pasos de la Alameda y del mercado de La Dalia: el denominado Mercado Morisco, un espacio de diseño contemporáneo que abrió sus puertas en el 2017 y que conglomeraba distintas propuestas que oscilan entre comidas regionales, comida rápida *americanizada*, cocina internacional y bebidas de diseño. Todo ello dentro de un concepto cosmopolita que apela a mercados gastronómicos de amplio reconocimiento en ciudades de países industrializados como puede ser el Mercado de San Miguel en Madrid o el Borough Market en Londres. El Mercado Morisco, a diferencia de La Dalia, tiene como principal objetivo el esparcimiento de sus usuarios a través de una experiencia gastronómica diferenciada.

Dicho espacio visibiliza, de manera contundente, los procesos de transformación barrial y la entrada del mismo en la lógica de los mercados escenificados que buscan reconstruir las dinámicas sociales de los mercados populares, pero en ambientes sanitizados. Esta tendencia de crear *mercados espectáculo* se está difundiendo en colonias de la ciudad de México de clase media que atraviesan por fenómenos de revalorización. Como ejemplos del fenómeno anterior tenemos el Mercado Roma, el Parian Condesa o el Mercado del Carmen en San Ángel. De vuelta al Mercado Morisco, según nuestros hallazgos, la afluencia fluctúa según los días de la semana. Mientras que en días hábiles es frecuentado por oficinistas y habitantes del barrio, los fines de semana reciben a público más diversificado que encuentran en el Mercado, un espacio de ocio y turismo gastronómico.

Cambio en el paisaje alimentario y los nuevos consumidores: resistencias y coexistencias

Como bien hemos mencionado líneas arriba, la oferta gastronómica de Santa María La Ribera parece mantener su carácter heterogéneo en la oferta alimentaria, a diferencia de otros barrios que viven igualmente procesos de gentrificación como la colonia Roma, la Juárez o la Condesa donde persiste la tendencia a la uniformidad en los altos estándares del tipo de negocios alimentarios que apelan al *cosmopolitismo culinario*. En otras palabras, la amplia presencia de negocios con fórmulas innovadoras que entran en las lógicas globales de consumo y que están

dirigidos a un sector exclusivo es el principal constituyente de la oferta gastronómica de dichos vecindarios. Sin embargo, en Santa María La Ribera pudimos advertir la coexistencia de negocios populares frecuentados por habitantes que residen en el barrio antes de que se iniciaran los procesos de transformación y que conviven con otros negocios emergentes. En reflexiones en común entre nuestros interlocutores que han residido en el barrio desde antes de la transformación, el hecho de aprovisionarse de alimentos en el barrio es una manera de pertenecer y permanecer en él. Además, como menciona Authier (2007) las relaciones sociales que se forjan a partir de las comerciales, favorecen también el tejido social de la colonia. En particular, este tipo de establecimientos no solo reflejan, en cierto sentido, la memoria social del barrio en el ámbito alimentario, sino que podrían ser considerados también como puntos de resistencia a los procesos de transformación urbana, confiriéndole un carácter distintivo a la colonia.

Además de los habitantes permanentes del barrio, detectamos que este tipo de negocios también son frecuentados por los que alguna vez fueron habitantes de la colonia, pero que, por diversas circunstancias, ya no residen en ella. Así, dichos establecimientos apelan también por un consumo nostálgico como forma de regresar, recrear y permanecer en el barrio, aunque sea como visitante o turista gastronómico. De este modo, la comida sirve como un elemento de anclaje al barrio, al que se vuelve de vez en cuando. Se configura, en palabras de Tuan (2007), un tipo de topofilia (amor por el lugar), aunque de tipo gastronómica. Estas afirmaciones pueden ser corroboradas con el testimonio de Aldri, una universitaria que vivió su infancia en Santa María, y que regresa frecuentemente a consumir a este tipo de establecimientos:

Voy a los lugares de antojitos, uno que está en Eligio Ancona que me parecen muy deliciosos, aunque no recuerdo cómo se llama. Regreso a la sucursal de Casa Toño de ahí, al de comida yucateca, al de los rusos que está al lado y ya...es como el recuerdo de regresar, de que nos queda cerca, de que a lo mejor no hay tanta gente como en otros lugares. (Comunicación personal, septiembre 2018)

Sin embargo, y por las propias lógicas urbanitas que les otorga a los negocios tradicionales valores de consumo diferenciado, este tipo de establecimientos podrían también ser puntos de atracción para los nuevos habitantes y aquellos visitantes que buscan una *experiencia culinaria auténtica*, como sugieren Zukin et

al. (2017). Y es que como afirma González (2018), este tipo de consumidores reclaman experiencias fuera de su vida cotidiana, mientras que los nuevos habitantes pueden apelar a la (re)construcción barrial a través del consumo en los negocios considerados como tradicionales.

No obstante, nuestros hallazgos nos impiden afirmar que la preferencia por dichos establecimientos sea una constante. Pudimos detectar que el consumidor se encuentra en una fluctuación de su preferencia en cuanto al tipo de lugar en el que quiere consumir que en gran medida depende de las circunstancias de la ocasión comensal, el tiempo disponible y el gasto que desee efectuar. Por ejemplo, en la misma calle donde se dispone el *Mercado Morisco*, también se encuentran fondas y cocinas económicas que ofrecen comidas corridas y que son ampliamente concurridas por habitantes y oficinistas que laboran en la zona. De igual manera, en uno de los restaurantes gourmet más populares en el barrio donde se ofrece comida siciliana, la dueña y creadora del restaurante refiere:

La verdad viene de todo tipo (de clientes). Vienen *chavos*, abuelitos, gente de Polanco, de las Lomas. Yo creo que tiene que ver que es una zona muy céntrica... también tenemos vecinas que vienen tres veces por semana, ya hasta tenemos abono de frascos de tiramisú, ya hasta me trae los frascos y le regalo tiramisú. (comunicación personal)

Por otro lado, durante el transcurso de la presente investigación, y a partir de las redes de interlocutores que se fueron tejiendo en el trabajo de campo, corroboramos las reflexiones anteriores con la publicación del libro *Sabores del barrio. Identidad culinaria de Santa María La Ribera* (2018), editada por el colectivo *Insite* que tiene su sede en el centro cultural Casa Gallina en Santa María. El propósito del libro, *grosso modo*, es dar a conocer los negocios de comida tradicionales y con larga data en el barrio como una manera articular y visibilizar la identidad culinaria de la colonia y, según lo referido por sus directivos, como una acción explícita de hacer frente a los procesos de gentrificación de la colonia. Entonces, la comida no solo puede pensarse como un dispositivo gentrificador, sino como una herramienta que sirve para arraigarse y resistir a ella.

Si bien, consideramos la iniciativa anterior como un ejercicio que favorece la cohesión social y establece un marco político de resistencia a través de la cocina, los propios actores que la gestan desde el colectivo antes enlistado, en cierta medida, contribuyen más bien al efecto contrario, al favorecer eventos como encuentros con chefs prestigiosos/reconocidos que imparten cursos en el espacio

cultural provisto por dicho colectivo que, de alguna manera, elitizan la práctica culinaria en el mero intento de democratizarla.

Según nuestros hallazgos que se cotejaron con la información provista en el libro, identificamos algunos negocios que tienen registros de operación de más de veinte años y cuyo funcionamiento y menú permanecen inmutables ante la transformación del barrio gracias a lo explicado líneas arriba, como da cuenta la birriería El güero, con casi 23 años de servicio. Asimismo, detectamos una transición en algunos negocios populares para adaptar la oferta gastronómica a los requerimientos de los nuevos consumidores. Por ejemplo, en un local establecido en el primer cuadro de la Alameda que se dedica a la venta de quesadillas y otros antojitos populares, hace poco tiempo se experimentó una remodelación total que apostó por un tipo de ambientación *vintage* e incluyó como producto estrella la venta de cervezas artesanales confeccionadas en el lugar diseñadas para maridar la comida popular que ahí se ofrece. A partir del análisis de las imágenes recuperadas de la plataforma google *Street view*, pudimos advertir también el cambio en la fachada del local que se apega mucho más a estilos urbanos que son, fácilmente, reconocibles por los nuevos consumidores, pero que mantiene el concepto central del restaurante ofreciendo comida popular. Y es que la comida popular, representa un campo gastronómico susceptible a la transformación, al menos en su forma de comercialización en el barrio.

El análisis de los menús y la transformación barrial

La ilustración etnográfica de la sección anterior permite ejemplificar cómo la transformación barrial puede ser analizada desde los cambios los menús de los restaurantes que tienen registro de su establecimiento desde antes que comenzara su cambio poblacional. Si bien, encontramos algunos establecimientos que refieren tener el mismo repertorio de comida preparada desde el inicio del negocio, los nuevos establecimientos apelan a la oferta de productos diferenciados donde valores de consumo propios de los comensales *hipermodernos* (Ashen, 2005) determinan la estructuración de su oferta.

La estructuración del menú de los nuevos establecimientos tiene puntos en común entre ellos que podrían dar cuenta de la caracterización de los consumidores. En general, son dos los aspectos compartidos que tienen las cartas



de los nuevos establecimientos. Por un lado, la recurrencia a la homologación de los platillos y productos hacia estándares globales en su preparación, presentación y formas de consumo, que apelan a lo que Matta (2016) designa como la *gentrificación de la cocina*. Por otro, es frecuente encontrar una encriptación de atributos gastronómicos que necesitan ser decodificados para convertirse en recursos de consumo que sectorizan al público potencial, ya los menús precisan una información especializada por parte del comensal con un capital cultural cosmopolita para conferirle un nuevo valor mercantil.

Con respecto al primer apartado, encontramos negocios de comida popular que apelan a la gourmetización de los sabores caseros, donde la etnicidad enmarca un nuevo valor de mercado. Los restaurantes de comida regional que se disponen alrededor de la Alameda dan cuenta de ello. Las descripciones de los productos suelen asociar los ingredientes a requerimientos de consumidores que desean conocer el origen y los modos de producción de los mismos con una carga ideológica que se traduce en la preferencia de ciertos tipos de consumo (productos populares elaborados con ingredientes agroecológicos obtenidos bajo un marco de comercio justo, por mencionar algunos). Asimismo, en este tipo de establecimientos, la creatividad y las retóricas de la autenticidad dejan de ser oposiciones maniqueas para convertirse en recursos mercantiles de la comida popular: las cartas están repletas de reinterpretaciones de los máximos exponentes de la comida popular, callejera y tradicional mexicana elaborada, presentada y vendida bajo estándares internacionales de la alta cocina.

En cuanto a los valores encriptados que precisan de una decodificación, encontramos sobre todo en los expendios de café, una constante en cuanto a la factura del mismo, donde más allá de los valores sensoriales y las cualidades organolépticas del propio producto, las facturas especializadas de elaboración se privilegian. Además, en dichos expendios no solo la identidad territorial asociada a los productos es un recurso mercantil que destaca los valores en los modos de producción y que expresan el contraste *glocal* del cosmopolitismo culinario, sino que se enmarcan un sentido de localidad diferenciada que muestra los atributos requeridos por los nuevos consumidores.

En este sentido, la diversificación en la oferta de negocios que ofrecen productos con valor gastronómico especializado en tanto al modo de producción y caracterizaciones organolépticas con atributos especiales (cervecерías artesanales y restaurantes con productos orgánicos y ecológicos), dan cuenta de los nuevos perfiles de los consumidores y los estilos gastronómicos que se buscan en este tipo

de restaurantes. Dichas reflexiones pueden ejemplificarse en la emergencia de barras de cafés de especialidad que irrumpieron el paisaje culinario de la zona hace menos de diez años y se convirtieron en cierta manera, en la brújula que detonó el cambio en el paisaje culinario. En dichos establecimientos, la procedencia del café que se utiliza demuestra el valor agregado de la producción nacional; los modos de elaboración del café privilegian el conocimiento sibarita del cliente potencial al elaborarse a la vista y con gestos técnicos que precisan de información especializada para evaluar la experiencia en general. Todas estas características de los productos y los servicios gastronómicos asociados a ellos, le confieren un valor de mercado que los consumidores especializados están dispuestos a asumir y que polariza la oferta.

Si bien, como coinciden Leal (2015) y Contreras y Gracia (2005), dichos valores gastronómicos materializan los cada-vez-más específicos requerimientos de los nuevos consumidores que se enmarcan en los procesos de la modernidad alimentaria, también estamos de acuerdo con Anguelovsky (2015) en afirmar que las ideologías contenidas en este tipo de valores, favorecen y aceleran los procesos de gentrificación al segmentar, encarecer y elitizar la oferta gastronómica barrial.

Por otro lado, si bien la persistencia de los negocios tradicionales que han mantenido intactos los menús y las maneras de funcionamiento del restaurante dan cuenta de la resistencia que hemos mencionado, también sirve para evidenciar que el proceso de transformación barrial se encuentra en proceso de consolidación, a diferencia de otras colonias como la Roma o la Condesa donde la oferta gastronómica y el cambio poblacional son más que evidentes.

Conclusiones

A lo largo de este documento buscamos mostrar la manera en la que se vincula el fenómeno de la gentrificación con la alimentación a través de los cambios y permanencias de los paisajes alimentarios en un estudio de caso en la Ciudad de México. A partir del análisis de Santa María La Ribera podemos resaltar la forma en la que las transformaciones en la oferta culinaria de un vecindario pueden evidenciar la manera en que éste se reconfigura en su estructura poblacional y urbana.



Este trabajo constituye una primera aproximación sobre el fenómeno que abre diversas vetas de análisis que pueden explorarse, ya que, en México, existen pocos o nulos intentos que se hayan planteado estudiar el vínculo entre alimentación y cambios urbanísticos. El presente artículo evidenció que este tipo de estudios contribuyen a entender cómo cambian los paisajes urbanos vinculados con los hábitos de la alimentación, así como con la oferta gastronómica, ya que los cambios demográficos en los barrios gentrificados implican una modificación en los hábitos de consumo.

A partir de los hallazgos aquí expuestos, podemos afirmar que los recién llegados se caracterizan por ser individuos jóvenes, con un alto capital cultural y económico que les permite demandar establecimientos alimentarios y artísticos de corte cosmopolita. Los nuevos habitantes comparten códigos socio culturales que hacen de estos barrios clústers gastronómicos en lo que se valora la innovación y gourmetización de la oferta gastronómica, la cual recurre a estándares que se modifican de acuerdo a las tendencias globales y que, en cierta medida, son adaptadas y homologadas al entorno del vecindario.

Al mismo tiempo, los nuevos habitantes, a partir de una visión nostálgica, buscan los establecimientos tradicionales que le imprimen un carácter popular al vecindario y que constituyen también un punto de confluencia entre nuevos y antiguos vecinos. En este sentido, la añoranza juega un papel fundamental, pues actúa como un catalizador de la oferta culinario que contribuye a (re)crear imaginarios de una vida bucólica de la ciudad, que adquiere un nuevo valor de consumo, y de la que los nuevos habitantes quieren ser partícipes.

La nueva oferta gastronómica de los vecindarios gentrificados, en este caso Santa María La Ribera, no solo resulta atractiva para sus habitantes, sino que también se vuelve de interés para visitantes y turistas, quienes encuentran en un mismo barrio establecimientos con tendencias innovadoras, así como locales con propuestas tradicionales. De este modo, no se debe perder de vista la influencia de la población flotante que acude a los barrios por el branding gastronómico que han conformado y que, por lo tanto, convierten al barrio en un destino turístico-gastronómico que da cuenta también de los procesos sociales implicados en la transformación barrial.

Las transiciones y cambios en los paisajes alimentarios urbanos expresados en la oferta culinaria dispuesta en los restaurantes, dan cuenta de la problemática de (re)construcción barrial de una colonia que se encuentra en transformación demográfica. Los negocios de venta y consumo de alimentos devienen en espacios

sociales que se resignifican para evidenciar la complejidad en la diversificación de los consumidores y muestran también, el pulso, a veces convulso, que supone un barrio en proceso de gentrificación.

Notas al pie:

¹ Somos conscientes de lo problemático de la categoría, por ello, en este trabajo entendemos la gourmetización como los procesos de transformación de la cocina popular en términos del empleo de técnicas culinarias asociadas a la alta cocina para la confección de la misma, la disposición estética en su presentación, así como los espacios donde se vende que se adaptan a lógicas de consumo asociadas a los estratos sociales altos.

² Ver, por ejemplo, algunas de las publicaciones de las revistas *Time Out*: Los imperdibles de Santa María La Ribera (2017), Los mejores restaurantes de Santa María La Ribera (2016); revista *Dónde ir*: Santa María La Ribera un barrio obligado en la CDMX (2016); y *Chilango*: Básicos de Santa María La Ribera (2014).

³ Traducción nuestra.

⁴ Respetamos el término en inglés por el consenso en su utilización en textos científicos y de divulgación, y los entendemos como Miller y Deutsh (2009, p. 03) los definen: “la interdisciplinariedad en el estudio de la alimentación y la cultura que estudia las relaciones humanas con la alimentación a través de una perspectiva amplia de las ciencias sociales y las humanidades”.

⁵ Traducción nuestra.

⁶ Johnsston y Baumann en Earl, 2018.

Referencias

- Authier J. (2007). Relaciones con los comercios y modos de habitar. Los barrios centrales gentrificados en Francia. *Alteridades*, 17(33), pp.9-20.
- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Montevideo, Uruguay: Trilce-FCE.
- Anguelovski, I. (2015). Healthy Food Stores, Greenlining and Food Gentrification: Contesting New Forms of Privilege, Displacement and Locally Unwanted Land Uses. En: Racially Mixed Neighborhoods. *International Journal of Urban and Regional Research*, 39, pp.1209-1230. doi:10.1111/1468-2427.12299

- Beriss, D. y Sutton, D. (2007). Starter: Restaurants, Ideal Postmodern Institutions. En: D. Beriss y D. Sutton (Eds.), *The Restaurant Book, Ethnographies of Where We Eat*. pp.1-17. Nueva York, Estados Unidos: Berg.
- Boterman, W. R. (2018). A Flavour of Class-Based Spatial Change: Geographies of Haute Cuisine in the Netherlands. *Journal of Economic and Social Geography*, 109, pp.161-170. <https://doi.org/10.1111/tesg.12268>
- Contreras, J. y Gracia, M. (2005). *Alimentación y Cultura. Perspectivas Antropológicas*. Barcelona, España: Ariel.
- Sbicca, J., González, S., Ramos, G. y Espelt, R. (2018). *Gentrificación, privilegios e injusticia alimentaria*. España: Fundación Hogar del Empleado.
- Boils, G. (2005). *Pasado y presente de la colonia Santa María La Ribera*. Ciudad de México, México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.
- Bustamante, R. y Campos, V. (2014). *Diagnóstico Colonia Santa María La Ribera*. Ciudad de México, México: In Site-Casa Gallina.
- Díaz, I. (2016). Política urbana y cambios sociodemográficos en el centro urbano de Ciudad de México ¿gentrificación o repoblación? *Territorios*, 35, pp.127-148. Recuperado de: <http://revistas.urosario.edu.co/index.php/territorios/article/view/4136>
- Earl, L. (2018). Children's food maps: Using social mapping to understand school foodscapes. *Ethnography and Education*, 13(4), pp.508-528. doi: <https://doi.org/10.1080/17457823.2017.1384320>
- Ferguson, P. y Zukin, S. (1995). What's cooking. *Theory and Society*, 24(2), pp.193-199. Recuperado de: <https://www.jstor.org/stable/658097?seq=1>
- Ferrero, S. (2002). Comida sin Par. Consumption of Mexican Food in Los Angeles: "Foodscapes" in a transnational consumer society. En: W. Belasco y P. Scranton (eds.). *Food Nations: Selling Taste in Consumer Societies*. pp.194-220. Abingdon, Estados Unidos: Routledge.
- Florida, R. (2009). *Las ciudades creativas*. Barcelona, España: Paidós.
- González, S. (2018). La gourmetización de las ciudades y los mercados de abasto. Reflexiones críticas sobre el origen del proceso, su evolución e impactos sociales. En: J. Sbicca, S. González, J., G. Ramos y R. Espelt. (Coord.), *Gentrificación, privilegios e injusticia alimentaria*, pp.13-25 Madrid, España: Fuhem.
- Hassoun, J. P. (2014) Restaurants dans la Ville? Monde Douceurs et Amertumes. *Ethnologie Française*, 44(1), pp.5-10.
- Hiernaux, D. y González, C. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de geografía Norte Grande*, 58, pp. 55-70.
- Hernández, A. (2012). El Proyecto Alameda. *Ciudades*, 95, pp. 32-38.
- Herzer, H. (org.) (2008). Con el corazón mirando al sur: transformaciones en el sur de la Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina: Espacio.

- Janoschka, M. y Sequera, J. (2014). Procesos de gentrificación y desplazamiento en América Latina, una perspectiva comparativista. En: J. Michelini. (Ed.), *Desafíos metropolitanos. Un diálogo entre Europa y América Latina*. pp. 82-104. Madrid, España: Catarata.
- Leal, M. (2015). *Turismo gastronómico, impulsor del comercio de proximidad*. Barcelona, España: UOC.
- Martínez, I. (2014). *Voces. Santa María La Ribera*. Ciudad de México, México: Museo del Chopo.
- Matta, R. (2013). Valuing Native Eating: The Modern Roots of Peruvian Food Heritage. *Anthropology of food*. Recuperado de: <http://journals.openedition.org/aof/7361>
- Matta R. (2016). Recipes for crossing boundaries: Peruvian fussion. En: I. Ayora. (Ed.), *Cooking Technology. Transformations in Culinary Practice in Mexico and Latin America*, pp 139-152. Londres, Reino Unido: Bloomsbury Academics.
- Matus, M. (2007). Chapulines brincando la frontera: empresarios y alimentos oaxaqueños en la arena transnacional. *Oaxaca. Población siglo XXI*, 7(19), pp. 13-20.
- Miller, B. y Deutsch, J. (2007). *Food Studies: An introduction to Research Methods*. Londres, Reino Unido: Berg.
- Mercadet, Y. (2007). Habitar en el centro de la Ciudad de México Prácticas espaciales en la Santa María La Ribera. *Alteridades*, 17(3), pp. 39-55. Recuperado de: <https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/223>
- Morales, N. (2015). *El proceso de gentrificación y sus implicaciones en la colonia Santa María La Ribera* (Tesis doctoral). FES-Acatlán, Ciudad de México.
- Roseberry, W. (1996). The rise of yuppie coffees and the reimagination of class in the United States. *American Anthropologist*, 98, pp. 762-777.
- Sbicca, J. (2018). Alimentación, gentrificación y transformaciones urbanas. En: J. Sbicca, González, J., Ramos, G. y Espelt, R. (Coord.), *Gentrificación, privilegios e injusticia alimentaria* (pp. 5-12). España, Madrid: Fuhem.
- Tuan, Y. (2007). *Topofilia: un estudio de las percepciones, actitudes y valores sobre el entorno*. España, Madrid: Melusina.
- Valeriano, R. (2018). Mismo espacio, habitantes diferentes. Jóvenes creativos en la colonia Santa María La Ribera. En: A. Giglia. (Coord.), *Renovación urbana, modos de habitar y desigualdad* (pp. 251-287). México, Ciudad de México: UAM-I.
- Valeriano, R. (2016). *La memoria y el sentido de pertenencia en tiempos de renovación urbana. El caso de Santa María La Ribera en la Ciudad de México* (Tesis de Doctorado). UAM-I, Ciudad de México.
- Vázquez-Medina, J. A. (2016). *Cocina, nostalgia y etnicidad en restaurantes mexicanos de Estados Unidos*. Barcelona, España: UOC .



- Zukin, S. (2014). Restaurants as 'post racial' spaces: Soul food and symbolic eviction in Bedford-Stuyvesant (Brooklyn). *Ethnologie française*, 44(1), pp. 135-147.
- Zukin, S., Lindeman, S. y Hurson, L. (2017). The omnivore's neighborhood? Online restaurant reviews, race, and gentrification, *Journal of Consumer Culture*, 17(3), 459-479. Recuperado de: <https://www/journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1469540515611203>
- Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Londres, Reino Unido: Wiley-Blackwell.