

**Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias Médicas
Escuela de Nutrición**

Informe final para la Licenciatura en Nutrición

**“Seguridad Alimentaria Nutricional en los procesos de
comercialización de alimentos en la zona comercial
próxima al Mercado Norte como espacio social
intercultural”**

Autoras:

- Lucía Juárez



- Melisa Mickaela Suarez

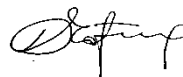


- Rocío Noelia Vega



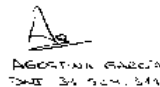
Directora:

Dra. Daniela Martina



Co-directora:

Mgter. Agostina García



AGOSTINA GARCÍA
Mgter. de Nutrición

Mayo 2021

RESUMEN:

“Seguridad Alimentaria Nutricional en los procesos de comercialización de alimentos en la zona comercial próxima al Mercado Norte como espacio social intercultural”

Área temática de investigación: socioantropología.

Autoras: Juárez, L., Suarez, M.M., Vega, R. N.

Co-directora: García, A., **Directora:** Martina, D.

INTRODUCCIÓN: este trabajo pretende explorar la seguridad alimentaria nutricional (SAN) en los procesos de comercialización de alimentos en el marco de la venta callejera que se da en la zona comercial próxima al Mercado Norte de la ciudad de Córdoba como espacio social intercultural. Abordamos la SAN como una categoría transversalizada por la interculturalidad.

OBJETIVO: explorar la SAN en los procesos de comercialización de alimentos en la zona comercial próxima al Mercado Norte como espacio social intercultural en la ciudad de Córdoba en el año 2020.

METODOLOGÍA: se optó por una metodología cualitativa enmarcada en el paradigma interpretativista. La población estuvo conformada por vendedoras bolivianas a cargo de puestos de venta callejera de alimentos, y consumidores/as de ese espacio, a quienes se les realizó entrevistas presenciales y virtuales. La muestra fue intencional orientada por saturación teórica.

RESULTADOS: la zona comercial próxima del Mercado Norte es un espacio social híbrido con un entramado socio-cultural complejo e histórico que es tejido por múltiples actores sociales que (re)crean -de manera permanente y cotidiana- sus relaciones con los alimentos. En este espacio la venta callejera de alimentos sostenida por mujeres bolivianas hace un aporte a la SAN de numerosas familias.

CONCLUSIONES: reconocemos la presencia de distintas realidades que se enlazan/relacionan mutuamente: el aporte a la búsqueda de la SAN en la medida que el telón de fondo de esta producción de espacio social intercultural se relaciona con la inseguridad alimentaria nutricional de diversos sectores de la población que encuentran en este espacio la posibilidad de resolverla tanto material como simbólicamente.

PALABRAS CLAVES: SAN - comercialización de alimentos en la venta callejera - interculturalidad.

HOJA DE APROBACIÓN:

Trabajo de Investigación para la Licenciatura en Nutrición:

**“Seguridad Alimentaria Nutricional en los procesos de
comercialización de alimentos en la zona comercial próxima al
Mercado Norte como espacio social intercultural”**

Autoras:

- Lucía Juárez
- Melisa Mickaela Suarez
- Rocío Noelia Vega

Directora:

Dra. Daniela Martina

Co-directora:

Mgter. Agustina García

Tribunal:

Presidenta: Prof. Lic. Ana C. Moos.

Miembros:

Lic. Esteban Hugo Massobrio

Dra. Daniela Martina

Calificación:

Fecha:

Art. 28: Las opiniones expresadas por los autores de este Seminario Final no representan necesariamente los criterios de la Escuela de Nutrición de la Facultad de Ciencias Médicas

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	8
OBJETIVOS.....	9
Objetivo general:	9
Objetivos específicos:.....	9
LINEAMIENTOS TEÓRICOS CONCEPTUALES	10
Seguridad alimentaria nutricional.....	10
La seguridad alimentaria y la nutrición	11
La evolución hacia la perspectiva del acceso a los alimentos	12
Seguridad alimentaria nutricional, derecho a la alimentación y soberanía alimentaria	12
Dimensión cultural de la seguridad alimentaria nutricional	13
Mercados públicos y procesos de comercialización.....	14
Interculturalidad, migración y seguridad alimentaria nutricional en la venta callejera de alimentos.....	15
SUPUESTOS TEÓRICOS:.....	18
CATEGORÍAS DE ANÁLISIS:.....	19
Seguridad alimentaria nutricional.....	19
Comercialización de alimentos en la venta callejera.....	19
Interculturalidad.....	20
DISEÑO METODOLÓGICO	21
Tipo de estudio	21
Población participante y tipo de muestra.....	21
Inserción en el campo	22
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	23
Análisis e interpretación de datos	25
RESULTADOS Y DISCUSION:.....	26
El espacio es un producto social: la seguridad alimentaria nutricional en el espacio social intercultural de la venta callejera de alimentos	26
La producción del espacio genera efectos: ¿la seguridad alimentaria nutricional forma parte de la imagen del mercado?	32

Espacio de la multiplicidad: significaciones múltiples que habilita la seguridad alimentaria nutricional en el espacio social intercultural.....	36
El espacio relacional: la (in)seguridad alimentaria nutricional atravesada por la interculturalidad.....	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
ANEXOS.....	50
Anexo n°1: Consentimiento para participar en el trabajo de investigación.....	51
Anexo n°2: Guía de preguntas a Vendedores/as.....	53
Anexo n°3: Guía de preguntas a Consumidores/as.....	55
Anexo n°4: Mapa del Mercado Norte.....	56
Anexo 5: Instrumento de observación.....	57

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo propusimos explorar la seguridad alimentaria nutricional en los procesos de comercialización de alimentos particularmente en el marco de la venta callejera que se da en la zona comercial próxima al Mercado Norte de la ciudad de Córdoba como espacio social intercultural. Buscamos entenderla superando un enfoque tradicional en el que prevalece una perspectiva productivista y económica que hace foco de manera casi exclusiva en la producción y acceso económico a los alimentos (Vivero Pol, 2013); por el contrario, pretendimos trabajarla desde la mirada de la alimentación-nutrición como unidad indivisible que integra procesos que son complementarios y socialmente determinados (Rivera Márquez, 2007).

Las dimensiones que involucra la seguridad alimentaria nutricional son: disponibilidad, acceso, utilización biológica de los alimentos y estabilidad (FAO, 2011). En estas dimensiones interrelacionadas se manifiesta un complejo proceso que va más allá de ingerir nutrientes para mantener la vida, sino que sitúa a cada comensal en un tiempo, una geografía y una historia compartida con otros que transforma y transmite lo que real o simbólicamente llamamos “comida”. Por lo tanto “comer implica, un comensal, una comida y una cultura legitimados como tales” (Aguirre, 2010).

Al hacer referencia al ámbito cultural, los mercados públicos son espacios comerciales de carácter universal donde principalmente se compran y venden alimentos. Es un escenario que expone a los ojos del comprador los alimentos frescos, pero también se debe concebir como un espacio público que permite relaciones sociales de encuentro, negociaciones y transacciones entre personas de diferentes orígenes donde también se comunica y se recibe información. Por tanto, los mercados públicos son un espacio sociocultural de potente significación (Medina Álvarez, 2009).

En esta dirección, centramos el análisis en la seguridad alimentaria nutricional enmarcada en los procesos de comercialización de alimentos en la zona comercial próxima al Mercado Norte de la ciudad de Córdoba, entendiéndolo como un espacio público social, heterogéneo e histórico. La zona comercial próxima del mercado como espacio social de encuentro hace visible la diversidad cultural de quienes lo habitan y transitan. De este modo, nos interesó explorar la seguridad alimentaria nutricional como una categoría transversalizada por la interculturalidad, entendiendo que es la presencia de vendedores/as migrantes bolivianos/as en esta zona comercial próxima al Mercado Norte lo que habilita a pensarlo como un espacio social intercultural. Recuperando a Eduardo Menéndez (2016), la interculturalidad es un proceso social

permanente de carácter histórico y normalizado en la vida cotidiana de los grupos sociales, en tanto haya sociedades en contacto. En esta línea, consideramos que los procesos de comercialización de alimentos en la zona comercial próxima al Mercado Norte como espacio social intercultural constituyen una vía interesante para enriquecer la mirada sobre la seguridad alimentaria nutricional como objeto de estudio.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

El Mercado Norte es uno de los dos mercados públicos aún existentes en la ciudad de Córdoba. Se encuentra rodeado de una zona comercial próxima que presenta particulares características donde destaca para el interés de este estudio la venta callejera de alimentos realizada mayormente por mujeres de origen boliviano.

Tras esta breve descripción nos preguntamos:

¿Cómo se manifiesta la seguridad alimentaria nutricional en los procesos de comercialización de alimentos en la zona comercial próxima al Mercado Norte como espacio social intercultural en la ciudad de Córdoba en el año 2020?

OBJETIVOS

Objetivo general:

Explorar la seguridad alimentaria nutricional en los procesos de comercialización de alimentos en la zona comercial próxima al Mercado Norte como espacio social intercultural en la ciudad de Córdoba en el año 2020.

Objetivos específicos:

-Reconocer la inserción de los/as vendedoras/es de origen boliviano en los procesos de comercialización de alimentos en la zona comercial próxima al Mercado Norte en el marco de su proceso social migratorio.

-Indagar desde una perspectiva intercultural el interjuego de las dimensiones de la seguridad alimentaria nutricional en la zona comercial próxima al Mercado Norte.

- Identificar la diversidad de consumidores/as, así como sus motivaciones para la compra de alimentos en estos espacios de venta callejera.

LINEAMIENTOS TEÓRICOS CONCEPTUALES

Seguridad alimentaria nutricional

La seguridad alimentaria a nivel individuo, hogar, nación y global, se consigue cuando todas las personas, en todo momento, tienen acceso físico y económico a alimentos suficientes, seguros y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias, con el objeto de llevar adelante una vida activa y sana (CMA, 1996). De este concepto se desprenden las dimensiones que plantea la seguridad alimentaria. Actualmente FAO (2011), incluye como dimensiones: la disponibilidad, el acceso, la utilización biológica y la estabilidad de las mismas.

La dimensión de disponibilidad física de los alimentos abarca la oferta en función del nivel de producción de existencias y el comercio neto. En cuanto a la dimensión de acceso, hace referencia al acceso económico y físico, ya que una oferta adecuada de alimentos a nivel nacional o internacional en sí, no garantiza la seguridad alimentaria. Una de las condiciones para el acceso la constituye la infraestructura básica para la distribución de los alimentos, atendiendo los diversos canales existentes para abastecer los diferentes espacios de un territorio tanto a nivel nacional como local y barrial en los centros de consumo (Betancourt García, 2006). Esto ha conducido al diseño de políticas con un mayor enfoque en ingresos, gastos y también aquellas relacionadas al abasto y distribución de los alimentos (FAO, 2000). La dimensión de la utilización biológica se presenta como resultado de la ingestión, absorción y utilización de los alimentos, es decir la forma en la que el cuerpo aprovecha los distintos nutrientes presentes en los alimentos. Por último, la dimensión de estabilidad, permite determinar que, aunque la ingesta de alimentos sea adecuada en la actualidad, se considera que no gozan de completa seguridad alimentaria si no tienen asegurado el debido acceso a los alimentos de manera periódica, representando un riesgo para la condición nutricional. Asimismo, las adversidades climáticas (sequías, inundaciones), la inestabilidad política (descontento social), o los factores económicos (desempleo, aumentos de los precios de los alimentos) pueden incidir en la condición de seguridad alimentaria de las personas (FAO, 2011; FAO, FIDA Y PMA, 2014).

Existen numerosas definiciones de seguridad alimentaria que aportan diferentes perspectivas y ponen mayor o menor atención a cuestiones específicas. En función de esto, y considerando el particular interés teórico de este trabajo, analizaremos cuatro consideraciones que detallamos a continuación:

La seguridad alimentaria y la nutrición

A lo largo del tiempo se han propuesto una amplia variedad de conceptos y formulaciones para poder definir la seguridad alimentaria, la nutrición y el vínculo entre ellas. La relación entre alimentación y nutrición puede parecer simple desde una perspectiva técnica, pero no ha sido fácil llegar a una definición políticamente aceptable de la seguridad alimentaria y su relación con la nutrición y la seguridad nutricional.

Actualmente se utilizan diversas expresiones “seguridad alimentaria”, “seguridad nutricional”, “seguridad alimentaria y nutrición”, y “seguridad alimentaria y nutricional”. El concepto de seguridad alimentaria ha tomado un enfoque más productivista y económico que médico-nutricional. Por otro lado, la nutrición aun abarcando los aspectos agrícolas y económicos en su esquema conceptual, siempre se veía como un apéndice de la salud. En este último tiempo se está considerando la problemática en su conjunto, y por tanto, hay una tendencia creciente a denominarse como “seguridad alimentaria y nutricional” (FAO, 2011; Vivero Pol, 2013), expresión que combina los conceptos de seguridad alimentaria y seguridad nutricional. Este término se ha ido implementando en el campo de la salud pública y la nutrición con la necesidad de lograr una integración de la nutrición en las políticas y en los programas de seguridad alimentaria complementando aspectos como la producción de alimentos, los sistemas alimentarios y socioeconómicos al enfoque biológico, que considera al ser humano como el punto de partida (FAO, 2011).

Desde el ámbito de la salud colectiva, Rivera Márquez (2007) plantea la necesidad de repensar la alimentación y la nutrición como una unidad indivisible, entendiéndola como procesos complementarios y socialmente determinados. En esta línea, se intenta superar la vieja idea en torno a que la alimentación se circunscribe a la producción, comercialización y distribución de los alimentos, finalizando cuando el alimento se encuentra en la mesa, en tanto que la nutrición comienza cuando el alimento es llevado a la boca y sus nutrientes cumplen posteriormente tareas específicas en el organismo. Surge así la idea del proceso de alimentación- nutrición como unidad conceptual que es determinante de la salud-enfermedad y cuya existencia depende de diversas categorías que se organizan jerárquicamente, permitiendo de esta manera favorecer la noción de seguridad alimentaria nutricional. Desde esta misma perspectiva, Maluf (2008) señala como propio de la evolución de la construcción del concepto en Brasil el hacer referencia a la seguridad alimentaria nutricional teniendo como base los enfoques socioeconómicos, por un lado, y el de

salud y nutrición por el otro, expresando la perspectiva intersectorial que orienta este enfoque.

Además, según analiza Maluf (2008), la seguridad alimentaria nutricional (SAN), hace referencia a los alimentos en la manera en cómo estos son apropiados por las familias y grupos sociales, siendo vitales ya que la falta de ellos genera una degradación al ser humano. En los últimos años creció la conciencia de que ingerir alimentos de forma inadecuada provoca daño a la salud y afecta la calidad de vida.

La evolución hacia la perspectiva del acceso a los alimentos

Aproximadamente desde la posguerra la preocupación mundial por la problemática alimentaria giraba en torno a la disponibilidad y la suficiencia de alimentos básicos, así como la forma en que éstas respondían a la evolución de sistemas productivos alimentarios y no alimentarios y las perturbaciones del mercado (Rivera Márquez, 2007). Desde una visión general que priorizaba la capacidad de cada Estado o región para satisfacer las necesidades de producción y consumo de alimentos, se pasa a una concepción orientada hacia la satisfacción de las necesidades alimentarias de grupos, hogares e individuos (FAO, 2011).

A partir de los estudios de Amartya Sen (1981), vinculados al acceso a los alimentos por parte de las personas vulnerables, y por tanto, al consumo de los mismos, el concepto de seguridad alimentaria comenzó a hacer énfasis en los derechos de las personas y las familias, al reconocer que el suficiente suministro de alimentos a nivel nacional no alcanzaba para garantizar la seguridad alimentaria a menos que las personas más vulnerables tuvieran acceso físico y económico a los alimentos (Rivera Márquez, 2007; FAO 2011; Vivero Pol, 2013).

Seguridad alimentaria nutricional, derecho a la alimentación y soberanía alimentaria

La evolución del concepto y las discusiones y conflictos entre los diferentes actores intervinientes en acciones en torno a la seguridad alimentaria nutricional (gobiernos, organismos internacionales, representantes de los sectores productivos, organizaciones de la sociedad civil, movimientos sociales, entre otros) van marcando diferencias y articulaciones entre conceptos relacionados (Maluf, 2008). Desde hace unos años, estos conceptos en disputa son los de seguridad alimentaria nutricional, derecho a la alimentación y soberanía alimentaria.

Si bien algunos sectores los encuentran en cierta medida incompatibles, Maluf (2008) intenta articularlos y señala que la seguridad alimentaria nutricional debería estar subordinada a

estos dos principios nombrados, ya que la SAN requiere de la acción soberana de políticas públicas vinculadas a los alimentos que se sobrepongan a la lógica mercantil estricta, a la regulación privada y que incorporen la perspectiva del derecho humano a la alimentación.

En el mismo sentido, Vivero Pol (2013) señala que al concebir a la soberanía alimentaria como “el derecho de los Estados a definir sus propias políticas y estrategias para la producción, distribución y consumo sustentable de alimentos, respetando sus propias culturas y sus propios sistemas de manejo de recursos naturales y áreas rurales”, es posible vincular este posicionamiento con la soberanía nacional, la que se expresa en un marco legal nacional e internacional del derecho a la alimentación y se lleva a cabo a través de políticas y programas nacionales con enfoque de derechos, pero a través de componentes técnicos que proceden del campo de la seguridad alimentaria.

Dimensión cultural de la seguridad alimentaria nutricional

En este contexto no podemos dejar de mencionar la importancia de los alimentos como aspecto fundamental de la cultura. En este sentido, cada grupo social otorga valores simbólicos y significados a los alimentos, que articula su selección, preparación, distribución y consumo con múltiples matices como las creencias y las representaciones. Por tanto, se debe entender la importancia de los hábitos y las preferencias en los patrones de consumo, y de qué manera estos se transforman y se re-construyen ante procesos socioculturales determinados, incorporando conceptos como aceptabilidad cultural, autonomía, ciudadanía y derechos humanos como categorías centrales para entender los problemas de acceso a los alimentos. (Rivera Márquez, 2007; Vivero Pol, 2013).

Expresados los lineamientos anteriores, tomaremos como orientadora la definición que señala Maluf (2008) que concibe la SAN como derecho e incorpora la diversidad cultural:

“Seguridad alimentaria y nutricional es la realización del derecho de todos y todas al acceso regular y permanente de alimentos de calidad, en cantidad suficiente, sin afectar el acceso a otras necesidades esenciales, teniendo como base prácticas alimenticias promotoras de la salud, que respeten la diversidad cultural y que sean social, económica y ambientalmente sustentables” (p.22).

Mercados públicos y procesos de comercialización

A pesar de la globalización y modernización del comercio minorista mediante la gran expansión de grandes cadenas de supermercados y puntos de ventas de comidas rápidas, en la ciudad de Córdoba, así como en otras ciudades importantes del país (Di Nucci, 2008), aún subsisten estructuras más tradicionales en las que se encuentran los mercados públicos, entre estos, el Mercado Sud y el Mercado Norte, que, como señalamos, se encuentran también atravesados en parte por procesos de modernización y a la vez conservan sus características tradicionales donde uno de los aspectos que se evidencia es la combinación del comercio formal e informal a través de la venta callejera de diversos alimentos.

Particularmente el Mercado Norte fue construido en 1927 e inaugurado el 14 de abril de 1928 en los terrenos de la antigua plaza Marchena, ubicado en el área urbana y zona centro de la ciudad. En la actualidad es llevado adelante por la sociedad de locatarios y alberga una gran cantidad de puestos comerciales de distintos rubros (Mercado Norte, 2020).

En los últimos años en muchas ciudades del mundo los mercados públicos han sido objeto de un gran interés a raíz de fenómenos aparentemente contradictorios. Por un lado se rescata su carácter de espacio tradicional histórico que se simboliza a través del producto fresco (Medina & Álvarez, 2009), lugares de especial articulación del tejido local, repositorios de tradiciones culturales de gran importancia para la identidad local y nacional, pero vinculando estas premisas a revalorizaciones de tipo inmobiliarias ligadas al mercado turístico y en general a consumidores de mayor poder adquisitivo, proceso que a grandes rasgos se conoce como gentrificación (Delgadillo, 2016).

Esta gentrificación no involucra únicamente la dimensión material, sino también la simbólica. En línea con ello, las entidades públicas y privadas tratan de alejar paulatinamente al sector menos favorecido de los mercados públicos para garantizar a sus nuevos consumidores mayor calidad a través de productos diferenciados y gourmets. Así, los mercados se convierten en un espacio de lucha de clases entre grupos populares, para quienes su permanencia en el mercado es fundamental para lograr su subsistencia diaria (Hernández Cordero, 2017).

La venta ambulante como ocupación ha existido por cientos de años y es considerada una pieza fundamental del patrimonio histórico y cultural de muchas ciudades (WIEGO, 2017), donde la economía informal les dio otras posibilidades a los vendedores ambulantes para escapar de la exclusión económica, producto de los desequilibrios económicos estructurales en América

Latina (Mizrahi, 1989; Lautier, 2004; Crevoisier et al., 2007).

La comercialización o venta callejera supone un componente integral a las economías urbanas alrededor del mundo como distribuidores de mercancías y servicios. Dichos vendedores proporcionan a los consumidores opciones convenientes y accesibles de comercio minorista y forman una parte vital de la vida económica y social de una ciudad (WIEGO, 2017). En este sentido, los alimentos que se comercializan son fundamentales por el valor de uso y/o de cambio que a lo largo de la historia y las culturas han tenido para el sustento y el intercambio social. Comer también es un derecho; sin embargo, todavía es un derecho humano en proceso de consolidación. En torno a esto, entendemos que la forma en que los grupos humanos acceden al alimento en estos espacios de comercialización, y las expresiones biológicas de este acceso son resultado de interacciones entre procesos sociales de diverso nivel de complejidad, donde cada sociedad y hogar imprime valores y significados particulares tanto a los alimentos como a sus formas de preparación teniendo en cuenta la diversidad cultural, autonomía y los derechos humanos (Fischler, 1995; Gracia Arnaiz, 2005; Rivera Márquez, 2007; Durán, 2009; Vivero Pol, 2013).

Interculturalidad, migración y seguridad alimentaria nutricional en la venta callejera de alimentos

La interculturalidad ha sido abordada por algunos autores desde diferentes perspectivas teóricas (García Canclini, 2004; Castañeda, 2010; Rodríguez e Iturmendi, 2013; Menéndez, 2016). Entre ellas, recuperamos la de Eduardo Menéndez (2016), quien entiende a la interculturalidad como un proceso permanente, construido y con profundidad histórica, es decir, como parte normalizada de la vida cotidiana siempre que tengamos sociedades en contacto. Por tanto, si queremos instrumentar la interculturalidad respecto a la seguridad alimentaria nutricional en los procesos de comercialización de alimentos en la zona comercial próxima al Mercado Norte, debemos detectar y analizar, como sugiere Menéndez, los procesos de interculturalidad que ya están operando cotidianamente en este espacio público. Es la presencia de trabajadoras migrantes bolivianas a cargo de los puestos callejeros de ventas de alimentos, así como la diversidad de consumidores/as que transitan ese espacio, lo que nos habilita a entenderlo como un espacio social intercultural, donde el encuentro de culturas -y principalmente culturas alimentarias- nos muestra que las relaciones interculturales se dan cotidianamente. La presencia

de vendedoras de origen boliviano en un espacio de contacto habitual con una gran diversidad de consumidore/as nos permite hacer foco en las relaciones que operan entre los múltiples actores sociales, mirada inversa a la que tiende a predominar en los estudios con perspectiva intercultural, que suelen centrar el análisis casi exclusivamente en los grupos indígenas o étnicos determinados, sin recuperar las relaciones que éstos efectivamente ya entablan en relación a otros grupos de población (Croker Sagastume et al., 2004; Sandoval Godoy, Melendez Torres, 2008; Franky Calvo, 2016 & Rodríguez Ávalos, 2017).

Siguiendo a Tirzo Gómez y Hernández (2010) y Menéndez (2016), los movimientos migratorios en sí mismos generan relaciones interculturales ya sea por acciones de desplazamiento poblacional, actividades comerciales o intercambios de bienes. El caso específico de la migración boliviana hacia Argentina es considerado como un fenómeno histórico que se viene desarrollando desde mediados del siglo XIX (Magliano, 2013), y desde fines del siglo XX en la provincia de Córdoba (Aizenberg, et.al, 2015). La gran mayoría de los/as trabajadores/as bolivianos/as se concentran en el sector informal de la economía, aspecto que debe ser analizado para entender la desigualdad y exclusión social que atraviesa a esta población (Magliano, 2008). Según Sassone (2012) las mujeres bolivianas se insertan principalmente en el trabajo doméstico y en la venta callejera de verduras y condimentos como extensión de sus tareas al interior de los hogares, y con el fin de generar otros ingresos. Esto pone en evidencia el rol protagónico de las mujeres migrantes bolivianas en la economía no productiva y reproductiva. Así, la venta ambulante forma parte de la trama cultural boliviana, siendo una actividad informal que requiere un capital no tan elevado y puede desarrollarse sin trámites de radicación (Cassanello, 2014).

Recuperar la idea de trama cultural nos habilita a pensar en la noción de cultura propuesta por Clifford Geertz (1986). Para este autor la cultura es una urdimbre constituida por un entramado de significados que dan sentido a nuestra propia existencia; por tanto la cultura es entendida como una ciencia interpretativa en busca de significaciones, donde la realidad social es histórica y culturalmente construida. De este modo, cada grupo social construye de alguna manera su cultura, pero esta no se transforma en una identidad fija ni definitiva, sino relacional, que resulta de construcciones y condiciones históricas (Grimson, 2001), expresada públicamente en prácticas significativas con efectos sociales concretos (Geertz, 1986).

Esta premisa que expone Geertz en torno a lo público de la cultura, permite comprender a la zona comercial próxima del Mercado Norte como *ese* espacio público donde se hacen visibles

los múltiples entramados de significaciones que se tejen en torno a la seguridad alimentaria nutricional, expresada en los procesos de comercialización de alimentos, y a los alimentos, como objeto de interpretación de la cultura alimentaria, contenida en la noción de cultura.

Siguiendo a Mabel Gracia Arnaiz (2005), la cultura alimentaria es el conjunto de actividades que realizan los grupos sociales para obtener los alimentos. Esto incluye el abastecimiento, la producción, la distribución, el almacenamiento, la conservación y la preparación de alimentos, y a los aspectos simbólicos y materiales que acompañan las etapas de este proceso. En este sentido, los alimentos, y las prácticas que estos involucran, no sólo nutren nuestros cuerpos en términos biológicos, sino que además están cargados de representaciones simbólicas y culturales, y de significaciones que los grupos sociales le otorgamos.

En esta dirección, la noción de interculturalidad propuesta por Eduardo Menéndez (2016), es transversal a la cultura y a la cultura alimentaria por ser un proceso normalizado de la vida cotidiana de las personas que transitan el Mercado Norte, escenario en el que existen sociedades en contacto. La zona comercial próxima es ese espacio empírico donde la cultura, la cultura alimentaria y la interculturalidad dialogan, se conectan, se entraman. Esta relación se hace visible en las prácticas vinculadas a la seguridad alimentaria nutricional, expresadas concretamente en los procesos de comercialización de alimentos.

SUPUESTOS TEÓRICOS:

La seguridad alimentaria nutricional en el espacio público que constituye la venta callejera de alimentos de la zona comercial próxima al Mercado Norte se encuentra atravesada por la interculturalidad en tanto proceso cotidiano, históricamente construido por quienes habitan y transitan este espacio.

CATEGORÍAS DE ANÁLISIS:

A partir del problema planteado y del desarrollo teórico esbozado, se tomaron tres categorías teóricas que estructuraron la escritura de este trabajo:

Seguridad alimentaria nutricional

La seguridad alimentaria nutricional será la categoría central entendiéndola como ya fue señalado en tanto derecho al acceso regular y permanente de alimentos de calidad, en cantidad suficiente, sin afectar el acceso a otras necesidades esenciales, teniendo como base prácticas alimentarias promotoras de la salud, que respeten la diversidad cultural y que sean social, económica y ambientalmente sustentables (Maluf, 2008). Las dimensiones de la seguridad alimentaria nutricional: disponibilidad, acceso, utilización biológica de los alimentos y la estabilidad a través del tiempo de estos, constituirán ejes de análisis interrelacionados para analizar desde una perspectiva compleja a la seguridad alimentaria permitiendo el ingreso y atravesamiento de la interculturalidad.

Comercialización de alimentos en la venta callejera

Como parte de la trama cultural boliviana (Cassanello, 2014) la venta callejera en un espacio más ampliado de comercialización con el fuerte componente alimentario que caracteriza a la zona próxima al Mercado Norte ya descrita, será no sólo el campo empírico, sino también teórico, entendiendo que a través del mismo es posible analizar al objeto de estudio, seguridad alimentaria nutricional, ya que el espacio de la comercialización nos permite indagar sobre algunas actividades aguas arriba y aguas abajo de los procesos de comercialización (¿Cuál es el origen de los alimentos que se encuentran en disponibilidad? ¿Quiénes consumen esos alimentos? ¿Qué conocen respecto a los mismos?), y a la vez la seguridad alimentaria nutricional contiene a la actividad de comercialización como parte de las actividades que caracterizan principalmente a las dimensiones de ésta.

La inserción de las mujeres bolivianas en la venta callejera en el Mercado Norte será ubicada a su vez en el marco del proceso migratorio, entendido este como un proceso social y dinámico que implica la movilización de personas del lugar de residencia para establecerse en otro país o región. Puede estar determinado por factores económicos, culturales, sociales e históricos que juegan un papel relevante en dicha movilidad, y en la elección del nuevo lugar de

destino (Magliano, 2008).

Interculturalidad

Acordamos con Menéndez (2016) en explorar la interculturalidad como un proceso permanente, construido y con profundidad histórica, es decir, parte normalizada de la vida cotidiana, entre los grupos socioculturales que habitan y transitan la zona próxima del Mercado Norte, donde la seguridad alimentaria nutricional es (re)producida y donde los encuentros y también diferencias entre culturas, prácticas y comportamientos alimentarios marcan fronteras materiales y simbólicas entre unos y otros tomando cada grupo conciencia de su particularidad alimentaria (Durán , 2009). El proceso migratorio habilita el contacto intercultural, pero al mismo tiempo traza fronteras simbólicas visibilizando lo diferente, lo extraño, lo ajeno, en definitiva "*la otredad*" (Krotz, 1994).

DISEÑO METODOLÓGICO

Tipo de estudio:

El presente trabajo buscó explorar la seguridad alimentaria nutricional en el marco del Mercado Norte como espacio social intercultural, haciendo foco en las vendedoras de origen boliviano a cargo de los puestos de venta callejera de alimentos, y en los/as consumidores/as de este espacio. Para ello, optamos por un enfoque cualitativo, enmarcado en el paradigma interpretativista. Entendemos que postular a la seguridad alimentaria nutricional en los procesos de comercialización de alimentos en el Mercado Norte como espacio social intercultural requiere el uso de una metodología que habilite iluminar los múltiples matices que la atraviesan. De este modo, el enfoque elegido estuvo orientado a comprender el sentido de la acción social desde las perspectivas de las personas (Vasilachis de Gialdino, 2006), priorizando sus puntos de vista, sus palabras, y sus comportamientos observables como datos primarios, al decir de Geertz (1986), desde la descripción densa.

Población participante y tipo de muestra:

La población estuvo conformada por vendedoras de origen boliviano a cargo de los puestos de venta callejera de alimentos, y de consumidores/as de ese espacio. Es importante mencionar que la elección de dicha población pretende buscar un abordaje más relacional de nuestro objeto de estudio, atendiendo a lo que advierte Eduardo Menéndez (2016) en tanto limitaciones metodológicas que implica para los estudios interculturales privilegiar la obtención de información de un solo actor social, al que se lo considera decisivo. En esta línea, y a través de las observaciones, incorporamos también los elementos necesarios para producir información de manera contextualizada, en coherencia con la metodología seleccionada (Geertz, 1987; Vasilachis de Gialdino, 2006).

En función de que el interés no estuvo centrado en generalizar los resultados a una población mayor, sino en obtener datos de calidad y en profundidad (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2006), se constituyó una muestra intencional a través de redes de contactos (Scribano, 2007) orientada por el criterio de saturación teórica (Glaser & Strauss, 1967).

Inserción en el campo:

La investigación se sitúa en el Mercado Norte de la Ciudad de Córdoba. En este espacio público realizamos observaciones en reiteradas ocasiones durante los meses de mayo a agosto del año 2019, haciendo foco en las características de los puestos de venta callejera de alimentos, en los alrededores del edificio del Mercado y los comercios cercanos, y en las personas que circulaban el espacio: su vestimenta, gestos, y recorridos en diferentes horarios, días y calles.

A mediados del año 2020 daríamos inicio a las entrevistas a vendedoras de origen boliviano a cargo de los puestos de venta callejera de alimentos, y a consumidores/as de ese espacio. Sin embargo, dos hechos centrales dificultaron la posibilidad de desarrollar el trabajo de campo como estaba previsto. Por un lado, el contexto sanitario de pandemia provocado por COVID-19, lo que provocó un cambio significativo en la dinámica del mercado y en su zona comercial próxima, tanto en la movilidad como en la imposibilidad de interacción con las personas. En este sentido, es necesario mencionar que en esta zona se produjo uno de los primeros contagios masivos a mediados de mayo del 2020, en el marco de uno de los supermercados ubicados a media cuadra del edificio del Mercado Norte (La Voz de Interior, 2020). Esta situación generó un gran contralor en todo el espacio, tanto de la venta ambulante como del movimiento de consumidores/as.

Otro acontecimiento que complejizó la inserción en el campo estuvo relacionado con el plan de la Municipalidad de Córdoba, que tuvo por objetivo peatonalizar el área central de la ciudad. Este plan se implementó desde el mes de julio del año 2020, produciendo cambios en el sentido de circulación y restricciones en el ingreso de vehículos particulares a la zona del mercado, lo que impactó en la presencia y movimiento de vendedoras callejeras y consumidores/as.

Estas dos circunstancias imposibilitaron la recolección de la información en las condiciones previstas, debiendo re-pensar estrategias y asumir nuevos desafíos ligados al contexto actual. Si bien entendemos que pese a estas situaciones descriptas la continuidad de la presencia de las vendedoras callejeras así como de los/as consumidores/as del Mercado y sus alrededores no se vio afectada de forma total, si lo fue la posibilidad de establecer relaciones con ellos/as en la manera que se requería para el desarrollo del trabajo y sin ver comprometida la protección de la salud al requerir una exposición prolongada y cercana con los actores a entrevistar.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

De esta forma, decidimos recurrir a los medios virtuales para la obtención de la información.

Entrevistas consumidores/as:

Se realizó una difusión a través de mensajes de teléfonos celulares, como así también por redes sociales junto a flyers que informaban a las personas acerca de nuestra investigación y sus fines, e invitaban a participar de la misma.

Las entrevistas pudieron concretarse en alguna de las siguientes modalidades, según fuera la posibilidad que nos ofrecía el respondente:

- Entrevista por videollamada.
- Entrevista a través de audios de wp.
- Entrevista por google. doc
- Presencial (se incorporan 4 entrevistas realizadas como prueba piloto en campo antes del momento de recolección de información).

MODALIDAD DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE LOS CONSUMIDORES	CANTIDAD DE ENCUESTAS OBTENIDAS
PRESENCIAL	4
LLAMADA.	2
FORMULARIO GOOGLE DOCS.	26
AUDIO.	9

Las preguntas de la encuesta fueron abiertas y no direccionadas, para poder indagar las dimensiones de la seguridad alimentaria nutricional, los aspectos socioculturales que la atraviesan, y la comercialización de alimentos. Pese a la vía virtual que se debió llevar a cabo por las condiciones limitadas de la pandemia, siempre priorizamos dar lugar a las personas para que puedan expresarse con libertad al responder, y así poder recabar información más profunda y útil

que nos acerque a conocer con más detalles las prácticas y vínculos que se dan en los puestos de comercialización de alimentos de la zona del Mercado Norte.

Previo a la realización de cada entrevista se brindó a cada participante el consentimiento informado (en formato escrito a través de doc.google y oral por videollamada), se informó sobre los aspectos relevantes de la investigación, los procedimientos a seguir, los objetivos, la garantía de confidencialidad de su identidad y la utilización de esa información con fines exclusivos de producción científica. Se tomaron los resguardos éticos pertinentes, basados en las declaraciones de Helsinski y la Ley nacional 25.326, las cuales establecen como principio ético la autonomía, beneficencia y no maleficencia y justicia.

Entrevistas vendedoras callejeras:

Ante la imposibilidad de contactar telefónicamente a las vendedoras callejeras dado que en el acercamiento al campo realizado en 2019 no se habían identificado informantes claves ni podido realizar un contacto más que informal con éstas, se decidió recurrir a fuentes secundarias de información a partir de entrevistas realizadas a las vendedoras frente a diversas situaciones acontecidas en diferentes períodos históricos, y considerar también la información recolectada en conversaciones informales realizadas en la aproximación al campo.

Las entrevistas disponibles en formato virtual (a través de vídeos subidos a los portales de noticias de diarios, revistas y páginas online de la ciudad de Córdoba) fueron desgrabadas y analizadas (teniendo en cuenta sobre todo la información que aportaban más cercana a los objetivos de nuestro estudio).

A la hora de la nominación de las personas entrevistadas, para las mujeres bolivianas vendedoras de los puestos callejeros se utilizaron nombres ficticios con el objetivo de proteger su identidad y/o integridad. En el caso de los/as consumidores se señala su nacionalidad, edad y lugar de residencia.

Observaciones en campo:

Las observaciones nos permitieron explorar y describir el espacio físico, la infraestructura, los comercios. Estas, estaban acompañadas de notas escritas a lo largo de diferentes momentos en terreno (con la limitación ya descrita por la situación de pandemia), así como registros fotográficos. Además de la observación en campo, se concretaron observaciones a

registros fotográficos y audiovisuales disponibles en los medios de comunicación como información secundaria.

Análisis e interpretación de datos:

El proceso de análisis de los datos implicó diversos pasos relacionados entre sí, tales como la reducción de los datos, análisis descriptivo e interpretación. Fueron abordadas por procesos paralelos, que fueron enriqueciéndose para una reformulación permanente.

El proceso se inició con la inmersión en la información obtenida, es decir, a partir de leer, releer y revisar las observaciones, anotaciones realizadas en terreno y las desgrabaciones de entrevistas, a medida que se avanzó con la lectura identificamos temas centrales que corresponden a nuestra investigación. Una vez que los textos y datos fueron codificados reducimos la información a sus puntos fundamentales.

Luego se desarrolló una lectura relacional en conjunto de los mismos (Mejías Navarrete, 2011). Para asegurar la calidad de los datos, se procedió a la edición de los mismos categorizando y codificándolos para establecer categorías de análisis, las cuales fueron principalmente, Seguridad Alimentaria Nutricional y sus dimensiones (disponibilidad, acceso, utilización biológica y estabilidad), Proceso social migratorio, Comercialización de alimentos en los puestos callejeros, que se establecieron mediante un proceso inductivo-deductivo que corresponde a la estrategia mixta según Sautu, Dalle & Maidana (2007).

Se realizó el registro de análisis de datos a partir de categorías y propiedades en un índice de temas, y se concluyó con la disposición de datos en matrices diseñadas donde se registraron los sujetos en filas y elementos que se desprenden de las categorías en las columnas.

Finalmente, se llevó a cabo la interpretación de datos que ofreció enunciados teóricos apoyados en revisiones bibliográficas y en las teorías orientadoras abordadas en el trabajo, siempre basadas en la comprensión y síntesis de los datos empíricos analizados (Mejías Navarrete, 2011).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para la estructuración de los resultados de nuestro trabajo de investigación, nos resultó oportuno seguir el análisis de la autora Doreen Massey (2012) quien hace referencia al espacio social en sus estudios, como así también retomar los lineamientos expresados por Eduardo Menéndez (2016) en torno a la interculturalidad, de manera de ubicar, como venimos planteando en este trabajo, al Mercado Norte y su zona próxima como un espacio social intercultural. Este espacio se ubica como contexto y a la vez como centro de nuestra investigación, ya que es el espacio donde la seguridad alimentaria nutricional es (re) producida.

El espacio es un producto social: la seguridad alimentaria nutricional en el espacio social intercultural de la venta callejera de alimentos.

Massey (2012) toma al espacio como producto de interrelaciones que abarcan desde la ciudad, el país y lo global hasta lo más íntimo, como el hogar. El espacio, por tanto, es una esfera de posibilidad de la multiplicidad, la cual no puede reducirse a una sola voz, sino que es el encuentro y la simultaneidad de historias. El espacio es relacional y este proceso nos hace vincularlo con la venta callejera la cual es productora de espacio por los vínculos y experiencias, historias que se generan en los procesos de comercialización de alimentos entre los actores involucrados en la zona comercial próxima al Mercado Norte, ya que producimos el espacio con nuestras relaciones al interactuar con otros.

¿Cómo es entonces el espacio social intercultural donde se desarrolló esta investigación?

La zona comercial próxima al edificio del Mercado Norte está ubicada en la zona céntrica de la ciudad de Córdoba. El edificio del Mercado Norte fue construido en el año 1927 e inaugurado un año después. En forma previa, la venta de los comerciantes que luego alojaría el edificio del Mercado se realizaba en la Plaza Marchena (luego llamada Plaza España) al aire libre y a través de la instalación de puestos móviles que ofrecían la mercadería con una modalidad que podríamos considerar más similar a lo que es hoy en día la venta ambulante (Mercado Norte, 2020). Esa producción del espacio social “mercado” (abierto, flexible en sus límites físicos, pero ya conflictiva según sitúan registros históricos¹), es la que hoy continúa transformándose

¹ Los mercaderes de la plaza convivían de manera diaria con un grupo de vendedoras ambulantes conocidas como las "regatonas", quienes adquirían al por mayor alimentos, en los lugares de abastecimiento y luego vendían al menudeo puerta a puerta, generándose conflictiva con los vendedores que pagaban impuestos al Cabildo (La Voz del Interior, 2009).

permanentemente. La construcción del edificio del mercado comienza una primera delimitación (aunque aún tenue) con el afuera y el adentro del mismo.

Las vendedoras de más antigüedad lo recuerdan:

“Yo vendía dentro del mercado, todos vendíamos así, cuando empezaron a quejarse ya nos empezaron a sacar los de la municipalidad” (Marta, vendedora callejera).

La remodelación del mercado en el principio de este siglo generó una nueva organización tanto al interior como al exterior del mismo. Así, por ejemplo, los/as vendedores/as de frutas y verduras que se situaban en la parte externa del edificio en ese momento, debieron reubicarse, al no poder asumir los costos del ingreso al nuevo mercado, buscando como estrategia alquilar en la zona comercial próxima. Quienes no pudieron resolver de esta manera, continuaron con la venta ambulante en las proximidades.

Actualmente, la zona comercial próxima se extiende a lo largo de 9 manzanas que rodean al edificio del Mercado Norte, en la que conviven y habitan múltiples escenarios: se destaca gran cantidad de comercios de diferentes rubros como bazares, supermercados, dietéticas y kioscos (la mayor parte de los comercios vinculados de forma directa o indirecta al rubro alimentario).

En las veredas de estas cuadras, con diferente grado de dispersión y concentración se ubican la venta ambulante de puestos callejeros. Si bien existen vendedores/as ambulantes de ambos sexos y de distintas edades que comercializan algunos productos como golosinas, accesorios y juguetes a lo largo de las calles que rodean al edificio del Mercado Norte, destacan mayormente los puestos con venta de alimentos que están a cargo de mujeres de nacionalidad boliviana o descendientes, quienes vienen insertándose de manera continua desde hace más de 50 años. Esto nos muestra que la ocupación del espacio por las vendedoras callejeras en el Mercado Norte se va entrelazando con el fenómeno histórico de la migración en Argentina y en Córdoba que se vienen desarrollando desde mediados del siglo XIX (Magliano, 2013) en el primer caso y desde fines del siglo XX en la provincia de Córdoba (Aizenberg, et.al, 2015). Es decir que la presencia de vendedoras bolivianas en el mercado se da en algunos casos aún antes de que iniciara fuertemente la migración a la provincia. Estas primeras impresiones nos orientan a pensar los procesos interculturales en este espacio como permanentes y con profundidad histórica, tal como señala Menéndez (2016).

“Mi madre me trajo a los 8 años desde Bolivia en el año 1963 y me radique en Argentina en 1966. Tengo este puesto en esta zona hace 55 años” (María, vendedora callejera).

“Hace 11 años llegue a Argentina, primero a Buenos aires y hace 8 años a Córdoba. Vine de vacaciones a Córdoba y decidí quedarme” (Margarita, vendedora callejera).

Las vendedoras arman sus puestos callejeros disponiendo de diversos elementos, que pudimos observar a partir de diferentes registros (observación directa, fotos y filmaciones de la prensa ante la dificultad de realizar el trabajo en terreno).

“La mayoría de las vendedoras transportan su mercadería en carritos de hierro con ruedas, lo que les permite ubicar con rapidez los cajones de sus alimentos uno encima de otro. De estos carros frecuentemente cuelgan bolsas plásticas y de rafia donde almacenan distintos tipos de especies y vegetales que se muestran a los consumidores” (Registro de Observación, 10/8/20).

“Quienes no exhiben mercadería directamente en el carro, o no disponen de él, ubican los alimentos sobre cajas de cartón, en los mismos cajones de verduras o bien mantas multicolor denominadas “aguayos” sobre el piso” (Observaciones de registros fotográficos y de campo, 2020).

Si bien la ubicación de los puestos es variable y móvil, a lo largo de esta zona próxima al edificio del mercado la mayor concentración se da a lo largo de la calle San Martín y principalmente al llegar a la esquina de calle Oncativo (Mapa de registro de puestos callejeros, Registro de Observación, 17/06/2019). En algunos casos, se encuentran más agrupados, como por ejemplo en esta zona, mientras que en otras cuadras pueden verse puestos más dispersos y aislados, por lo que entendemos comparten singulares dinámicas en este espacio social.

La influencia familiar puede verse en el desarrollo de la actividad que realizan las vendedoras, ya que muchas trabajan desde temprana edad, aprendiendo el oficio, de generación en generación como parte del capital social de la familia, como señalan algunos autores (Maldonado Quezada, 2017; Sánchez Torres, 2017).

“Este puesto está aquí (refiriéndose a la esquina de San Martín y Oncativo) toda la semana. A veces está mi mamá y sino, estoy yo”. (Conversación informal con vendedora callejera, 15/07/2020).

“Arranque en la venta ambulante en la esquina San Martín y Oncativo estuve 4 años y medio ahí, antes de poner el local que tengo ahora.” (...) “Mi hermana tiene un local en Buenos Aires como este” (Margarita, vendedora callejera).

A su vez, los consumidores aportan al sostén y resistencia de este espacio que se produce social e interculturalmente ya que hacen que estos puestos logren seguir presentes no solo como espacio de comercialización de alimentos, sino también como espacio de encuentro e interacción, donde muchas culturas circulan y se encuentran, no de forma ocasional y reciente, sino cotidiana y sostenidamente (Menéndez, 2016).

La venta callejera según Wiego (2017), supone entonces, un componente integral a las economías urbanas alrededor del mundo como distribuidores de mercancías. En América Latina particularmente, y producto de los periódicos desequilibrios económicos estructurales la economía informal habilita a los vendedores ambulantes a escapar de la exclusión económica (Mizrahi, 1989; Lautier, 2004; Crevoisier et al. 2007). En el contexto de informalidad, sin embargo, se tensiona la idea de la venta callejera como derecho, sosteniéndose en la Declaración de los Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (1948) que establece o garantiza en su Artículo 23 el derecho al trabajo. Este manifiesta que: *“Toda persona tiene derechos al trabajo, a la libre elección de su trabajo, a condiciones equitativas y satisfactorias de trabajo y a la protección contra el desempleo”*. Maldonado Quezada (2017) reflexiona que en virtud de que muchas naciones alrededor del mundo han incluido ese derecho en sus constituciones políticas² podríamos aventurarnos a afirmar que la actividad de las ventas ambulantes es un derecho.

Estas discusiones, sin embargo, chocan con la prohibición de ocupación del espacio público, así como la normativa, regulación y control por parte de las autoridades que hace que quienes se dediquen a esta actividad enfrenten una compleja combinación de persecución, intolerancia y abusos de parte de ciudadanos y autoridades lo que difiere de gozar de sus derechos como trabajadores ambulantes (Maldonado Quezada, 2017).

Este es un punto muy fuerte en el discurso de las vendedoras callejeras:

² Entre ellos, nuestro país que ha incorporado a partir de su Reforma Constitucional del año 1994, los tratados de Derechos Humanos Internacionales con jerarquía constitucional (Loredo, 2020).

“A veces vienen los inspectores de diferentes maneras, a veces brutalmente y a veces calmados (...) luchamos, nos defendemos para poder vivir tranquilos...” (Isabel, vendedora callejera).

La precarización laboral y la discriminación, junto a la exclusión social son los contextos cotidianos donde se desarrolla el trabajo mayormente informal de los/as migrantes en estos puestos callejeros (Magliano, 2008), y por tanto caracterizan en gran parte el espacio de interculturalidad que se genera.

Es en este contexto donde la seguridad alimentaria nutricional se (re) produce en el espacio social intercultural de la zona comercial próxima del mercado. Retomamos para ello, la definición de Maluf (2008) que nos fue orientadora en este trabajo:

“Seguridad alimentaria y nutricional es la realización del derecho de todos y todas al acceso regular y permanente de alimentos de calidad, en cantidad suficiente, sin afectar el acceso a otras necesidades esenciales, teniendo como base prácticas alimenticias promotoras de la salud, que respeten la diversidad cultural y que sean social, económica y ambientalmente sustentables”

La primera dificultad se nos presenta en relación a la consideración de la seguridad alimentaria nutricional como derecho humano, frente a la claridad acerca de la interdependencia, indivisibilidad e interrelación de los derechos (Naciones Unidas y FAO, 2010). Esto nos sitúa frente a la tensión acerca de cómo los alimentos que son puestos en disponibilidad por las vendedoras callejeras y que constituyen su posibilidad de sustento en el marco de su informalizada labor, se ven disputados y cuestionados en el espacio social, poniendo la regularidad y permanencia en el acceso a los mismos tanto para consumidores como para las propias vendedoras en entredicho.

Sin embargo, la venta callejera persiste y pone a disponibilidad una gran variedad de alimentos que interjuegan con el acceso de consumidores/as que entablan relaciones con estos puestos y su oferta alimentaria.

En una primera mirada de nuestros registros de observación visualizábamos como alimentos disponibles en los puestos a las verduras (pimientos rojos, verdes y amarillos, ajíes, limones, papines de distintos tipos, cebolla de verdeo, ajo, cilantro, perejil, jengibre, repollo, zanahoria, choclos), frutas (plátanos y limones) y especias de varios tipos (pimienta, pimentón, ají molido, azafrán, comino, provenzal, albahaca, laurel y condimentos varios). También

llamaron nuestra atención la venta de maca en muy diferentes variedades (en polvo, líquida, etc.) y algunas cremas de distintas hierbas de origen medicinal (Registro de observación, 06/05/19; 15/07/20 y 05/08/20).

Notamos que nuestros primeros registros de observación acerca de los alimentos disponibles en los puestos (realizados sobre todo previo al desarrollo de la pandemia) coincidían en gran medida con lo que lo/as consumidores/as en las encuestas señalaban comprar en la venta callejera (verduras, algunas frutas y condimentos). Sin embargo, al revisar registros fotográficos y videos sobre la zona del Mercado Norte (para ampliar la posibilidad de observación), pudimos observar ofertas alimentarias que iban más allá de estos alimentos compuestas principalmente de productos procesados de características y marcas que no son visibles en la disponibilidad alimentaria de nuestro país. Por ejemplo, dos casos llamaron nuestra atención: leche evaporada y sardinas en lata, ambas de marcas no identificadas como parte de la oferta alimentaria en los comercios locales. A partir de allí, y tras una breve investigación, encontramos que estos son alimentos importados al mercado boliviano provenientes de la producción del vecino país peruano (Corporación Comexa, 2015; Agencia agraria de noticias, 2010).

De esta manera, la disponibilidad se amplía, evidenciando recorridos de los alimentos a través de países, bajo diferentes formas de comercialización. Aunque el interjuego de ésta con el acceso queda, como señalábamos en el anterior punto, más limitado a una serie de alimentos que pueden considerarse parte de las cocinas de nuestro país. De hecho, las preparaciones en las que los consumidores entrevistados aluden utilizar los alimentos comprados en los puestos corresponden en general a las más habituales: guisos, salteados, tartas y carnes.

En relación a este punto y orientadas por el objetivo de nuestro trabajo de poder identificar la diversidad de consumidores en el espacio social intercultural del mercado y su zona comercial próxima, reconocemos la dificultad que nos significó no poder hacer las entrevistas en campo sino de manera virtual. Esta situación mostró una diversidad, pero dentro de la homogeneidad de los consumidores que respondieron, conformada en su mayoría por personas cercanas y por lo tanto de nacionalidad argentina, y con un bajo porcentaje de personas bolivianas o de otras nacionalidades, que conocemos efectivamente transitan en mayor medida los espacios del mercado.

Resulta interesante señalar que un 67% de los consumidores entrevistados compra en la venta callejera de alimentos, mientras que el 33% a pesar de comprar en el mercado, no adquiere

alimentos en la venta callejera. Sin embargo, de ese 67%, sólo un 7% compra en la venta callejera de alimentos de manera exclusiva. Es decir que los consumidores producen el espacio de la venta callejera al producir en mayor medida el espacio “mercado” todo. Esta interacción permanente de la zona mantiene la frágil estabilidad de la seguridad alimentaria nutricional que aporta la venta callejera de alimentos en este espacio social intercultural, persistiendo aún en este contexto de pandemia que se originó a inicios del 2020 y que impuso fuertes modificaciones en la circulación de personas en la zona.

Nos queda tal vez como pregunta principal que seguirá profundizándose en próximos apartados ¿Cómo podemos considerar a la seguridad alimentaria nutricional como un objetivo de política pública basado en derechos humanos en el contexto descrito, donde el acceso a los alimentos es un derecho y la posibilidad de venderlos consiste también en una forma de garantizar seguridad alimentaria nutricional?

La producción del espacio genera efectos: ¿la seguridad alimentaria nutricional forma parte de la imagen del mercado?

Esta producción social del espacio que venimos analizando como señala Massey (2012) no es inocua, tiene sus efectos. Por lo tanto, influye en la forma en que se desarrolla una sociedad y en la imagen que ésta tiene de sí misma.

Las transformaciones relatadas en el punto anterior en torno al mercado y su zona próxima nos van mostrando un proceso de cambios, que no son totales y homogéneos, pero sí sustanciales. El proceso de gentrificación que se viene dando juega un papel central acerca de la imagen y por lo tanto identidad, de este espacio social. De un espacio destinado fundamentalmente al abastecimiento alimentario, la zona busca ir transformándose en un atractivo para consumidores de mayor poder adquisitivo (a través de la oferta gastronómica del mercado y la transformación edilicia del entorno que avanzó particularmente en el período de pandemia). Esto implica también cambios en la oferta alimentaria y una mayor diferenciación entre dichas ofertas. Esta situación corresponde a un proceso que viven en gran medida los mercados tradicionales en el mundo, que son súbitamente modificados en su oferta, sus consumidores (de mayores ingresos) y/o sus comerciantes, involucrando transformaciones no sólo materiales sino simbólicas (Delgadillo, 2016).

El plan de la Municipalidad para peatonalizar el área central de la ciudad forma parte de un avance hacia este proceso, con el desarrollo de “supermanzanas” que incluye a la zona del

mercado, una de las primeras en iniciar dicha transformación en la ciudad. Como ya se mencionó en el diseño metodológico, desde el mes de julio del año 2020 se iniciaron cambios en el sentido de circulación, restricción del ingreso de vehículos particulares e intervenciones artísticas en las calles a través de pintura, maceteros, árboles y plantas que apuntan a una caracterización del espacio destinado principalmente al ocio y al turismo (La Voz del Interior, 2020).

Así se abren y se tensionan entre sí diferentes imágenes sobre el mercado y su zona próxima. Aquella referida a este proceso que lo revela como el lugar de paseo donde disfrutar de espectáculos artísticos, como se mostraba en la Semana Santa del 2020 (Circuito gastronómico, 2020), también para disfrutar gastronomía local y extranjera (donde se incluye la boliviana a partir de uno de los puestos externos del mercado), perfil sobre el que se va trabajando desde la última remodelación del mercado y que lo hace aparecer en numerosas reseñas gastronómicas y también en plataformas de reseñas de contenidos relacionados a viajes (Tripadvisor, 2021). Está también aún vigente para una parte de la población al menos (las encuestas realizadas lo muestran) su imagen como abastecedor de alimentos, principalmente del rubro carnes, pescados (en el interior del mercado), verdulerías y supermercados en los alrededores y por supuesto la venta callejera con variables imaginarios en torno a las calidades/precios/frescura de los alimentos ofrecidos.

En general los consumidores no hacen demasiada distinción entre las diversas “disponibilidades” que refleja la compleja zona comercial del mercado y en gran medida continúan asociándolo a un espacio ligado al producto fresco, tal como señalan Medina & Alvarez (2009) en su estudio.

Sin embargo, cuando nos centramos en el espacio público de la calle, las percepciones a veces cambian y como ya señalamos en el apartado anterior comienzan a tensionarse imágenes de orden/desorden, legalidad/ilegalidad, seguridad/inseguridad que se reflejan en algunas notas en medios de comunicación en diferentes períodos y por supuesto en el sentir de las vendedoras callejeras.

“... pero remarcó que el municipio no puede permitir que vendan “mercaderías de origen dudoso” (Nota, Diario La Voz del Interior, 22/09/07).

“... no vamos a permitir que se vendan comestibles en la calle, no van a poder trabajar. Nuestra prioridad es cuidar la salud de la gente” (Nota Diario Dia a Dia, 12/07/15).

En este sentido, la municipalidad que controla este espacio, se ve empeñada en evitar la venta de alimentos en los puestos callejeros, ya que consideran que los productos que las vendedoras bolivianas comercializan allí son de dudosa procedencia y quieren evitar que desde los puestos sigan ofreciendo esos alimentos sin controles sanitarios a los consumidores.

Analizamos esta situación también complejiza la seguridad alimentaria nutricional en la medida se deposita la duda sobre el acceso socialmente aceptable a los alimentos como señalan algunos autores (Rivera Márquez, 2007).

Esta percepción, se refleja en la defensa que las vendedoras realizan de sus estrategias de vida que les permiten sobrevivir y el sentir que tensiona sus derechos ciudadanos y como trabajadoras.

“(…)nos empezaron a sacar los de la municipalidad, donde nos veían nos venían a sacar toda la mercadería (…) nosotros no robamos la mercadería la compramos para vender acá” (Marta, vendedora callejera).

“Luchamos, nos defendemos para poder vivir tranquilos, no robamos” (Isabel, vendedora callejera).

“Apenas aparece el inspector yo me siento como que estoy robando, porque tengo que salir disparando como chorro” (Blanca, vendedora callejera).

En el marco de la pandemia producida por el virus COVID-19 en los inicios del 2020, esta percepción se intensifica ya que los inspectores municipales de la ciudad consideran que las vendedoras no mantienen ningún control sanitario o protocolo de higiene y seguridad para preservar la salud del consumidor.

“En la jornada de hoy se registró la venta ambulante de alimentos en el sector externo de la zona del Mercado Norte de la ciudad de Córdoba. En este caso, la venta de verduras e incluso alimentos enlatados, se realizaba en la vía pública sin ningún control sanitario o protocolo de seguridad e higiene” (Canal C, 2017).

Este particular contexto producido por el coronavirus, afectó negativamente en el flujo de gente que llega a esta zona comercial en busca de alimentos, ya que, por protocolos establecidos desde el gobierno, la circulación masiva de personas en espacios públicos se vio limitada.

“Entre la pandemia y el cambio de sentido de las calles para mí se va a hundir el mercado, estoy en este puesto hace 55 años y antes el mercado estaba ‘lleno muy lleno’ de gente, no como ahora” (María, vendedora callejera).

Para profundizar en la motivación de compra en la venta callejera por parte de los consumidores, que nos muestra de alguna manera la imagen que guardan de este espacio social intercultural nos encontramos que ésta se centra en el precio de los alimentos.

“Se comprar en los puestos callejeros por los precios más baratos, llevas mayor cantidad y a un precio más bajo que en otros lugares” (Consumidora, 24 años, barrio Nueva Córdoba).

“En los puestos de venta callejera puedo encontrar mejores precios, más baratos” (Consumidora, 29 años, barrio Arguello).

“Tienen buenos precios y muchos alimentos en un mismo lugar” (Consumidora, 26 años, barrio Centro).

En menor medida, otros consumidores, suman a la elección económica, la calidad, resaltando que los alimentos se muestran en su mayoría, frescos y en buen estado a la vista del consumidor, por lo que pensar en la relación precio-calidad es un buen determinante para llegar a realizar las compras en esta zona.

“Suelen tener muy buena calidad y muy buenos precios, se pueden negociar con las personas que venden” (Consumidor, 30 años, barrio General Paz).

“(…) Compro ahí porque tiene mejor calidad y mejor precio” (Consumidor, 29 años, barrio Nueva Córdoba).

La variedad es otro factor a tener en cuenta que nombran los consumidores, ya que estos puestos ofrecen diferentes alimentos y en diferentes formas.

“Porque generalmente ofrecen más variedad de cosas y son más accesibles en cuanto a precios” (Consumidora, 34 años, barrio General paz).

“La maca que ofrecen los puestos callejeros, viene en distintas formas, en polvo y líquida, como también el maíz que vienen distintas variedades” (Registro fotográfico, 03/2020)

Finalmente, en menor medida, consumidores/as manifiestan que realizan sus compras en este espacio por comodidad, es decir que les queda de paso hacia algún otro destino y logran concretar sus compras de manera rápida evitando ir a otros mercados de más concurrencia.

“Compro en los puestos callejeros por un tema de comodidad y rapidez”
(Consumidor, 31 años, barrio José Ignacio Díaz)

De esta manera, observamos que la dimensión de acceso económico a los alimentos, es decir un gran componente de la seguridad alimentaria nutricional (aunque no el único) forma parte central de la resolución de ésta para muchas familias y para las propias vendedoras en tanto constituye su posibilidad de ganarse la vida.

“Este trabajo es para sobrevivir, no estoy haciendo mi riqueza, hay días que se vende y otros que no se vende” (Blanca, vendedora callejera).

Así como la venta callejera pareciera tener un lugar marginalizado dentro de la zona comercial próxima del mercado, y pareciera ser marginal también en la resolución de la alimentación de los consumidores que allí concurren la motivación económica condiciona fuertemente la existencia de este espacio y pone a la vista la inseguridad alimentaria que se refleja a la vez como imagen de este espacio producido socialmente.

Entonces nos preguntamos ¿Cómo se tensionan diferentes dimensiones de la seguridad alimentaria: la legalidad de la inocuidad de los alimentos vs la legitimidad del acceso a los mismos que queda demostrada por la histórica presencia de la venta callejera? ¿A cuál de ellas la política pública pone su poder a disposición? ¿Cómo resiste ese poder la venta callejera?

Espacio de la multiplicidad: significaciones múltiples que habilita la seguridad alimentaria nutricional en el espacio social intercultural

Recuperamos la noción de multiplicidad propuesta por Massey (2012) para entender a la zona comercial próxima del Mercado Norte como un espacio social híbrido, y como un entramado socio-cultural complejo que, en palabras de Geertz (1987), produce significados que son objeto de interpretación. Si bien esa trama es tejida por múltiples actores sociales, en la presente investigación situamos el análisis en los/as consumidores/as de los puestos callejeros,

como así también en las vendedoras de origen boliviano, quienes encontraron en la venta callejera un sustento económico para sus vidas.

Siguiendo a Pizarro (2011), gran parte de los desplazamientos que tuvieron lugar desde comienzos del siglo XX constituyeron migraciones laborales hacia determinados segmentos del mercado de trabajo. En este sentido, la teoría de segmentación del trabajo es un marco analítico de referencia para analizar las características que adquiere la inserción laboral de las personas migrantes (Piore, 1979), en tanto entiende que es la dinámica del capitalismo la que produce que la población migrante tienda a ocupar trabajos informales, inestables y precarizados (Benencia, 2008). Esta orientación persiste en las primeras décadas del siglo XXI, donde se consolida un patrón de inserción laboral segmentada de las personas migrantes hacia determinados sectores, entre ellos el comercio ambulante (Pizarro et al., 2011).

En esta línea, la inserción y la trayectoria de las mujeres bolivianas en los puestos de venta callejera del Mercado Norte es histórica, y también dinámica en tanto (re)ubicación geográfica en el espacio:

“Tengo este puesto en esta zona hace 55 años (...). Por la mañana estoy en la calle Sarmiento y luego a la tarde me muevo hacia la calle Rivadavia” (María, vendedora callejera).

“Arranqué en la venta ambulante en la esquina de San Martín y Oncativo, estuve cuatro años y medio ahí, antes de poner el local que tengo ahora. También tengo otro comercio igual a este acá a media cuadra, y una verdulería que la cerramos ahora” (Margarita, ex vendedora callejera).

Estos relatos dan cuenta del carácter histórico que adquiere la presencia de las mujeres de origen boliviano en la venta callejera de alimentos, como así también visibilizan la oportunidad que tuvieron algunas vendedoras para lograr *relocalizarse* en un comercio. De este modo, el espacio de la multiplicidad nos permite comprender la coexistencia y la simultaneidad de un abanico de trayectorias; de múltiples modos de habitar el espacio, de sendas inconclusas, y de historias autónomas que trazan distintos recorridos y conducen a diferentes direcciones. Esto nos obliga a reconocer que no hay una única trayectoria a seguir, y por tanto, a pensar en la posibilidad de un futuro abierto a diferentes formas de evolución (Massey, 2012).

En esta dirección, algunas vendedoras de origen boliviano mencionaron que ampliaron la variedad de alimentos al relocalizarse en un comercio, mientras que otras continuaron

comercializando los mismos alimentos que vendían cuando se establecieron inicialmente en la zona comercial próxima:

“Siempre vendí los mismos alimentos, pero ahora vendemos algunos más de cuando teníamos el puesto ambulante” (Margarita, ex vendedora callejera).

“Siempre vendí los mismos alimentos maíz, choclo, jengibre, ajo, pimientos, plátanos, perejil y ajíes, mi mamá vendía solo esos alimentos, y no quiero vender otra cosa” (María, vendedora callejera).

Esto muestra que la migración no sólo es un fenómeno atravesado por múltiples barreras estructurales que repercuten en la inserción laboral formal de las mujeres de origen boliviano, sino que también es una instancia donde ellas se constituyen como agentes activas en la toma de decisiones respecto a qué alimentos ofrecer a partir de recuperar y sostener prácticas familiares/generacionales, o de lograr una *relocalización* a un comercio.

La procedencia de los alimentos que ofrecen también contribuye a la constitución de *ese* espacio de la multiplicidad. Algunas vendedoras refieren comprar los alimentos fuera de Córdoba, mientras que otras lo hacen en el propio mercado, o a través de paisanos que viajan desde el lugar de origen:

“Los alimentos que ofrecemos provienen de Buenos Aires” (Margarita, ex vendedora callejera).

“Todos los productos que se venden los compramos en los mismos verduleros del mercado y alrededores, y los productos más raros se consiguen con los paisanos que cada tanto vienen a Córdoba” (Blanca, vendedora callejera).

Conseguir los productos que ofrecen coloca a las mujeres de origen boliviano en un lugar significativo en tanto construcción y/o sostenimiento de lazos y redes de contacto con otros actores sociales; y a su vez como *mediadoras* entre el origen y el destino a través de la vinculación con paisanos de su misma nacionalidad para obtener los productos *“más raros”*.

Las motivaciones de compra tienden a estar vinculadas con la dimensión material, es decir, a los precios que ofrecen los puestos, seguido por la calidad y la variedad de los alimentos. Las palabras de los/as consumidores/as en torno a esto ya compartidas en el segundo apartado de los resultados nos resulta importante para comprender que el acercamiento de los/as

consumidores/as a los puestos de venta callejera de alimentos sostenidos por mujeres de origen boliviano suele darse desde una indagación en clave materialista, que se teje por fuera de la matriz simbólica-cultural de exploración a los alimentos que se ofrecen, muchos de ellos propios de la cultura andina. Esto también se observa en las consumidoras de nacionalidad boliviana, donde el motivo de compra no tiende a estar relacionado con las “cocinas” o “sistemas culinarios” comunes, que podrían establecer lazos con un origen compartido. Sin embargo, es interesante hacer mención a algunos intercambios que se dan entre consumidores/as y vendedoras en términos de cómo utilizar determinados ingredientes que se ofrecen en los puestos:

“A veces les preguntaba cosas que yo no sabía usar, les preguntaba para qué servían o cómo se cocinaban o algo” (Consumidora, 34 años, barrio Nuestro Hogar 3).

“Una vez pregunté por unos granos que tenían a la vista y me comentaron que ellas hacían preparaciones con eso, y me dijo los nombres que no recuerdo, pero me los comparó con guisos porque llevaban muchos alimentos y condimentos. Así que me comentaron lo que hacían con esos granos” (Consumidora, 24 años, barrio Alberdi).

Los puestos de venta callejera de alimentos posibilitan pensar a la alimentación como una práctica socio-cultural en tanto obtención y apropiación de los alimentos, que deriva en *compartires* de recetas y de uso de ingredientes, en el marco de un espacio público como es la zona comercial próxima al Mercado Norte. Estas prácticas relacionadas a la seguridad alimentaria nutricional que se expresan en los procesos de comercialización de alimentos, forman parte de los procesos de reproducción socio-cultural y biológica de los grupos sociales, y están basadas en la capacidad de agencia de estos y en los encuentros que los alimentos de algún modo posibilitan y revelan como parte de esas redes/tramas de significación que, en palabras de Geertz (1987), dan sentido a la existencia.

Para finalizar el análisis de este apartado, entendemos que los puestos de venta callejera de alimentos a cargo de mujeres de origen boliviano no constituyen un espacio disruptivo en términos de interculturalidad, sino más bien, y como señala Eduardo Menéndez (2016), forman parte de un *proceso normalizado* para quienes recorren y habitan el espacio. Esto fortalece la idea de la zona comercial próxima como una *urdimbre* (Geertz, 1987), como un espacio social híbrido y mixturado, en el que cada actor social teje tramas de significaciones en torno a los alimentos, poniendo en juego las dimensiones de la seguridad alimentaria nutricional expresadas en este espacio público.

Por último, trazamos algunos interrogantes que emergen de los análisis aquí presentados: ¿A quiénes están destinados los puestos de venta callejera? ¿Los/as consumidores/as resuelven su seguridad alimentaria allí? ¿Qué consumidores/as? ¿De qué modo? ¿Los alimentos constituyen una “ventana” que posibilita observar los entramados culturales?

El espacio relacional: la (in)seguridad alimentaria nutricional atravesada por la interculturalidad.

Como venimos señalando, los aportes teóricos propuestos por Doreen Massey (2012), contribuyeron a la comprensión de la zona comercial próxima al Mercado Norte como un espacio que es un producto social, que genera efectos, que es híbrido, y que, además, es relacional. Para la autora, el *espacio social es construido*, es decir, producimos el espacio con nuestras relaciones, al interactuar unos con otros/as. En línea con esto, la elección de una metodología cualitativa, enmarcada en el paradigma interpretativista, implica pensar la investigación como un *proceso interactivo* entre todos/as los/as actores sociales (Vasilachis de Gialdino, 2006). Aquí nos parece oportuno señalar que la construcción de las relaciones sociales en el marco del trabajo de campo fue compleja en tanto construcción y consolidación de vínculos. Sin embargo, pudimos aproximarnos a las vendedoras de origen boliviano y a los/as consumidores/as de los puestos buscando priorizar sus palabras y sus comportamientos observables como datos primarios. A partir de esto, entendemos que las relaciones sociales que emergen del espacio social en estudio presentan un entramado diverso. Para dar cuenta de ello, nos interesa detenernos en las relaciones que se traman entre: *a)* vendedoras de origen boliviano; *b)* vendedoras bolivianas y consumidoras de la misma nacionalidad; y *c)* vendedoras de origen boliviano y consumidores/as argentinos/as; *d)* vendedoras de origen boliviano y estado municipal.

Siguiendo las entrevistas y los registros de observación, entendemos que las relaciones entre las vendedoras de origen boliviano son heterogéneas. Algunas mujeres refieren la carencia en la construcción de un vínculo entre ellas, haciendo foco en la competencia que generaría la comercialización:

“No tengo vínculos buenos con las vendedoras de los puestos, me odian, quizás por la competencia para vender, vendo más yo” (Margarita, ex vendedora callejera).

No obstante, otras señalan que, frente a algunas situaciones concretas, como es el caso de la movilidad hacia el Mercado Norte, aparecen lazos de cooperativismo y de unión entre ellas, tal como lo refiere María:

“(...) Varias vendedoras somos de Villa El Libertador. Muchas veces nos organizamos y hablamos para venir en taxi a las siete de la mañana al mercado juntas” (María, vendedora callejera).

Como menciona Massey (2012), el espacio se construye a través de relaciones sociales. Los/as sujetos no existen antes de su interacción con otros/as. No hay individuos aislados que más tarde se socializan; somos esencialmente, seres sociales en permanente interacción. Asimismo, las identidades espaciales son producto de interacciones con un contexto más amplio, y eso implica que cada lugar es híbrido y abierto. En este sentido, entendemos que el espacio de la multiplicidad atraviesa las relaciones sociales que se dan entre las vendedoras de origen boliviano, dando lugar a relaciones heterogéneas y discontinuas. Esto nos lleva a pensar en los lazos y en los acuerdos para compartir determinadas situaciones, pero también, en las posibles tensiones y resistencias que se producen.

Recuperando la perspectiva de la interculturalidad, y como advierte Menéndez (2006; 2016), esta noción suele estar planteada exclusivamente en términos de cooperación, de respeto y de tolerancia entre los grupos sociales, lo que parece un tanto reduccionista en términos de los procesos que operan en nuestras realidades. De este modo, y como sugiere el autor, las relaciones interculturales no pueden ser pensadas como un *“bloque monolítico”*, ni tampoco ser analizadas únicamente a partir de explicaciones culturalistas que se agotan exclusivamente en la dimensión simbólica, sino incorporando limitantes y constricciones que estructuran la vida cotidiana de los/as sujetos, incidiendo en sus relaciones, acciones y decisiones.

Esto también se vio reflejado al momento de indagar sobre las posibles relaciones entre vendedoras y consumidoras bolivianas:

“No compro mucho en los puestos, solo en locales. Si no tienen ellos, a veces les compro” (Consumidora de nacionalidad boliviana, 37 años, barrio Alberdi).

“De pasada nomas, no los conocía mucho o sea un trato bueno” (Consumidora de nacionalidad boliviana, 34 años, barrio Nuestro Hogar 3).

Esto nos muestra que la condición del origen nacional, o la pertenencia cultural, no son categorías excluyentes en términos de compra-venta. Dicho de otro modo, las consumidoras bolivianas a quienes pudimos acercarnos no compran sus alimentos en los puestos de venta callejera por la condición de tener la misma nacionalidad. En este sentido, se podría asumir que las relaciones interculturales deberían estar dadas entre los grupos sociales que comparten el origen; reduciendo la interculturalidad casi exclusivamente a sus aspectos culturales, e invisibilizando las múltiples relaciones que operan en este espacio social.

En cuanto a la relación entre vendedoras de origen boliviano y consumidores/as argentinos/as, estos/as destacan el buen trato y la amabilidad por parte de las mujeres:

“La verdad es que son muy amables (...)” (Consumidor, 30 años, barrio General Paz)

“Mayormente las que atienden ahí son mujeres, y al ir uno con la frecuencia que voy yo te vas conociendo se arma como un vínculo. Siempre compro a las mismas, ya me conocen cuando voy” (Consumidor, 28 años, barrio Centro).

“Buena, siempre fueron amables, recomendando o respondiendo a mis consultas” (Consumidora, 26 años, Arguello).

“Mi relación es buena, la atención que tienen es muy excelente y personalizada” (Consumidor, 29 años, barrio Nueva Córdoba).

Siguiendo los decires de los/as consumidores/as, nos resulta oportuno recuperar a María José Magliano (2009) para comprender cómo se construyen las representaciones sociales en torno a las mujeres migrantes de origen boliviano, en términos de concebirlas como ‘sumisas’, ‘disciplinadas’, ‘dóciles’, ‘trabajadoras’, ‘amables’, ‘silenciosas’, y cómo esto se sustentan en un origen cultural determinado y no en relaciones de dominación que forman parte de una estructura de poder excluyente y desigual.

Las relaciones entre las vendedoras de origen boliviano y el estado municipal han sido abordadas en acápite anteriores, y muestran una conflictiva también histórica que podríamos pensar hace parte del proceso de interculturalidad de la seguridad alimentaria nutricional. El estado niega por un lado, la necesidad de la existencia de la venta callejera de alimentos como aporte a la seguridad alimentaria nutricional en la medida que ésta debe resolverse según sus normas administrativas en el comercio formal. Sin embargo, la producción social del espacio intercultural construido por los/as consumidores/as y vendedoras que persisten históricamente en

el mismo, pareciera evidenciar otra situación, que es la de un aporte de la venta callejera a la seguridad alimentaria de numerosas familias. Las relaciones interculturales, están dadas entonces en esa paradoja que sigue desarrollándose de forma rutinaria, normalizada e híbrida en el espacio público (Geertz, 1986; Menéndez, 2016).

A partir de todo lo expuesto, nos atrevemos a exponer una provisoria conclusión, fruto de lo explorado al momento, en las condiciones históricas-sociales que nos tocaron atravesar en nuestro proceso de tesis.

En la medida que el espacio social es producido por una serie de agentes con diferentes cuotas de poder, que (re) crean de manera permanente y cotidiana sus relaciones (no sólo comerciales, no sólo solidarias, no sólo conflictivas), con los alimentos como centro de esa urdimbre múltiple e híbrida podemos afirmar que la (in)seguridad alimentaria nutricional está atravesada por la interculturalidad. Conservamos el prefijo (in), como cara inversa de la moneda de la seguridad alimentaria, ya que reconocemos en este espacio social intercultural la presencia de ambas realidades que se enlazan y relacionan mutuamente: el aporte a la búsqueda de la seguridad alimentaria en la medida que el telón de fondo de esta producción de espacio social intercultural se relaciona en gran medida con la inseguridad alimentaria nutricional de diversos sectores de la población que encuentran en este espacio la posibilidad de resolverla tanto material como simbólicamente. Asimismo, es interesante analizar como todos/as los/as actores involucrados en este espacio social asumen la presencia de esa “*otredad*” y la incorporan de un modo naturalizado; sin embargo, pareciera darse escasas interpelaciones en torno a qué lugares ocupan las mujeres de origen boliviano en este espacio público en términos de (in)justicia social en tanto (in)formalidad laboral, realidad que pareciera estar “dada”, “establecida” y “asumida” de esa manera.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, P. (2010). “La construcción social del gusto del comensal moderno”. En Katz M, Aguirre P, Bruera M. *Comer: Puentes entre la alimentación y la cultura*. Buenos Aires: Libros del Zorzal.
- Aizenberg, L.; Rodríguez, M.L. & Carbonetti, C. (2015). “Percepciones de los equipos de salud en torno a las mujeres migrantes bolivianas y peruanas en la ciudad de Córdoba”. *Migraciones Internacionales*, 8(1), pp. 65-94. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15132994003>
- Benencia, R. (2008): “La construcción de un nuevo actor social en la Argentina”. Coloquio internacional “La construcción del estado social en la Argentina”. IDAES-Universidad Nacional de General San Martín. Buenos Aires. 4 y 5 de septiembre.
- Betancourt García, M. (2006). “La seguridad alimentaria nutricional –SAN– Un acercamiento a la política pública”. *Cuadernos de Administración*, 22 (36-37), pp. 439-525.
- Canal C. (2020). “Venta ambulante sin controles sanitarios en Córdoba”. Recuperado de: <https://canalc.com.ar/venta-ambulante-sin-controles-sanitarios-en-cordoba/>
- Cassanello, C. (2014). “Historia reciente de los inmigrantes bolivianos en la Argentina, 1970-2000: Trayectorias migrantes, redes sociales y transnacionalidad”. (Tesis de posgrado). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Recuperado de: <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/67>
- Círculo gastronómico. (2019). “El Mercado Norte, una meca de los sabores locales y extranjeros”. Recuperado de <https://www.circuitogastronomico.com/el-mercado-norte-una-meca-de-los-sabores-locales-y-extranjeros/>
- Círculo gastronómico. (2020). “¡Viví el Mercado Norte en Semana Santa!”. Recuperado de: <https://www.circuitogastronomico.com/vivi-el-mercado-norte-en-semana-santa/>
- Córdova, A. (2010). “Principales destinos de la leche evaporada peruana son países en vía de desarrollo”. Agencia Agraria de Noticias. Recuperado de: <https://agraria.pe/noticias/principales-destinos-de-la-leche-evaporada-peruana-son-paise-171>
- Corporación Comexa. (2015). ¿QUIENES SOMOS? Recuperado de: https://comexa.com.bo/?page_id=40

- Crevoisier, O., Hainard, F. & Ischer, P. (2007). “*L'économie informelle: Une alternative à l'exclusion économique et sociale?*” [La economía informal: ¿una alternativa a la exclusión económica y social?]. Berne: UNESCO.
- Crocker Sagastume, R., Cosío González, A., López, M., Ruiz Domínguez, L., Andrade Ureña, D., Gutiérrez Gómez, Y. (2004).” Interculturalidad alimentario-nutricional en la etnia Wixarika de México”. *Revista Española de Salud Pública*, 78(6), pp. 691-700. Recuperado de: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S113557272004000600004&lng=es&tlng=es.
- Delgadillo, V. (2016). “La disputa por los mercados de La Merced”. *Alteridades*, 26 (51), pp. 57-69.
- Di Nucci, J. Linares, S. (2008). “El comercio alimenticio en Argentina 2001-2006: análisis territorial del sector supermercadista”. *Revista geográfica digital*, 6(9). Recuperado de: <https://revistas.unne.edu.ar/index.php/geo/article/view/2831/2709>
- Durán Monfort, P. (2009). “Representaciones sobre la alteridad. Inmigración, contacto intercultural y alimentación”. *Revista Estudios del Hombre*, (24), pp.367-378.
- FAO. (2011). “La Seguridad Alimentaria: Información para la toma de decisiones. Guía Práctica”. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/al936s/al936s00.pdf>
- FAO. (2010). “El derecho a la alimentación adecuada. Folleto Informativo N° 34”. Recuperado de: <https://acnudh.org/el-derecho-a-la-alimentacion-adecuada-folleto-informativo-n34/>
- FAO. (2000). “Alimentos para las Ciudades - Políticas de Abastecimiento y Distribución de Alimentos para Reducir la Inseguridad Alimentaria Urbana”. Guía Informativa para Alcaldes, Responsables de las Ciudades y Planificadores Urbanos en Países en Desarrollo y Países en Transición. Serie Alimentos en las ciudades. Roma: FAO. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/a-x8296s.pdf>
- FAO (1996). “Informe de la Cumbre Mundial sobre la alimentación”. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/w3613s/w3613s00.htm>
- FAO, FIDA y PMA. (2014). “El estado de la inseguridad alimentaria en el mundo 2014. Fortalecimiento de un entorno favorable para la seguridad alimentaria y la nutrición”. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/a-i4030s.pdf>

- Fischler, C. (1995). “El (h) omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo”. Barcelona: Anagrama.
- Franky Calvo, C.E. (2016).” Plan intercultural de seguridad alimentaria nutricional para los pueblos Jiw y Nukak del municipio de San José del Guaviare”. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/308895888_PLAN_INTERCULTURAL_DE_SEGURIDAD_ALIMENTARIA_Y_NUTRICIONAL_PARA_LOS_PUEBLOS_JIW_Y_NUKAK_DEL_MUNICIPIO_DE_SAN_JOSE_DEL_GUAVIARE_2016_-_2020
- Geertz, C. (1986). “La interpretación de las culturas”. Barcelona: Gedisa.
- Glaser, B. & Strauss, A. (1967).” El muestreo teórico”. *The discovery of grounded theory strategies for qualitative research* [El descubrimiento de la teoría fundamentada; estrategias cualitativas]. pp.45-77. New York: Aldine Publishing Company.
- Gracia Arnaiz, M. (2005). “Comer bien, comer mal: la medicalización del comportamiento alimentario”. *Salud pública México*, 49(3), pp. 236-242. Recuperado de: <http://www.scielosp.org/pdf/spm/v49n3/09.pdf>
- Grimson, A. (2001). “Interculturalidad y comunicación”. Bogotá: Norma.
- Hernández Cordero, A. (2017). “Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa”. *Iztapalapa Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 83 (38), pp. 165-186. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.28928/revistaiztapalapa/832017/aot2/hernandezcorderoa>
- Krotz, E. (1994). Alteridad y pregunta antropológica. *Revista Alteridades*, 4 (8)4.
- La voz del Interior (2020). Coronavirus en Córdoba: de los 20 nuevos casos, 16 son del brote de la zona del Mercado Norte. Recuperado en: <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/coronavirus-en-cordoba-de-20-nuevos-casos-16-son-del-brote-de-zona-del-mercado-norte/>
- La Voz del Interior (2009) De paseo por el Mercado Norte. Recuperado de: http://archivo.lavoz.com.ar/nota.asp?nota_id=548435#:~:text=Los%20mercaderes%20de%20la%20plaza,al%20menudeo%20puerta%20a%20puerta
- Lautier, B. (2004).” *L'économieinformelledans le Tiers monde*”. [La economía formal en el tercer mundo]. Paris: La Découverte.
- Loredo, M. (2020). “Las normas internacionales en el derecho del trabajo argentino”. Sistema Argentino de Información Jurídica. Recuperado de: www.saij.gob.ar

- Magliano, M. (2008). “Migración de mujeres bolivianas hacia Argentina: cambios y continuidades en las relaciones de género”, *Amérique Latine Histoire et Mémoire*. Les Cahiers ALHIM. Recuperado de: <http://journals.openedition.org/alhim/2102>
- Magliano, M.J. (2013). “Los significados de vivir múltiples presencias”: Mujeres bolivianas en Argentina”. *Migraciones Internacionales*, 7(24). Recuperado de: <http://www.colef.mx/migracionesinternacionales/revistas/MI24/06-MI24-165-196.pdf>
- Maldonado Quezada, J.R. (2017). “Las ventas ambulantes desde una perspectiva holística”. *Cedamaz*, (7), pp. 26-38. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/323946234_Las_ventas_ambulantes_desde_una_perspectiva_holistica
- Maluf, R. (2008). “Seguridad alimentaria nutricional. Un enfoque de derecho y soberanía”. Ecuador: CAFOLIS.
- Medina, F.X. & Álvarez, M. (2009). “El lugar por donde pasa la vida... Los mercados y las demandas urbanas contemporáneas: Barcelona y Buenos Aires”. pp. 183-201. Recuperado de: <http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/ppperiod/esthom/esthompdf/esthom24/art11.pdf>
- Mejía Navarrete, J. (2011). “Problemas centrales del análisis de datos cualitativos”. *Revista latinoamericana de Metodología de la Investigación social*, (1), pp.47-60. Recuperado de: <http://www.relmis.com.ar/ojs/fullissue/relmis01.pdf>
- Menéndez, E. (2016). “Salud intercultural: propuestas, acciones y fracasos”. *Ciênc. saúde coletiva*, 21 (1), pp.109-118. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1590/1413-81232015211.20252015>
- Mercado Norte. Municipalidad de Córdoba. (2020). Recuperado de: <http://mercadonortecordoba.com/>
- Mizrahi, R. (1989). “Las condiciones fundacionales del sector informal urbano”. *Desarrollo Económico*, 28(112), pp. 22-601.
- Piore Michael J. (1979). Trabajo migratorio y sociedades industriales. Cambridge: Reino Unido.
- Pizarro, C. (ed.) (2011). “Ser boliviano en la Región Metropolitana de la ciudad de Córdoba. Localización socio-espacial, mercado de trabajo y relaciones interculturales”. Universidad Católica de Córdoba. pág. 397. ISSN: 978-987-626-160-9.

- Rivera Márquez, J. (2007). “La satisfacción colectiva de las necesidades de alimentación, nutrición y su relación con la enfermedad salud”. En Jarillo Soto, E; Guinsberg, E. *Temas y desafíos en salud colectiva*, pp. 153-171. Buenos Aires: Lugar.
- Rodríguez Avalos, L. (2017). "Mujeres: su rol en la soberanía y seguridad alimentarias: Producción, organización, participación y nutrición en la zona 1 norte de Ecuador, desde los saberes y la identidad cultural". Ecuador: CIESPAL.
- Rodríguez Sabiote, C., Lorenzo Quiles, O. & Herrera Torres, L. (2005). “Teoría y práctica del análisis de datos cualitativos. Proceso general y criterios de calidad”. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades SOCIOTAM*, XV (2), pp. 133-152.
- Sánchez Torres, R. (2017). “Caracterización e inserción laboral de los vendedores ambulantes de San Victorino en Bogotá”. *Trabajo y Sociedad*, (29), pp. 327-351. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=387352369017>
- Sandoval Godoy, S. & Meléndez Torres, J.M. (2008). “Cultura y seguridad alimentaria Enfoques conceptuales, contexto global y experiencias locales”. Madrid: Plaza y Valdés S.A de C.V.
- Sassone, S. (2012). “Bolivianos en la Argentina: entre la precarización laboral y el empresariado étnico”. Voces en el Fénix. Recuperado de: <https://www.vocesenelfenix.com/content/bolivianos-en-la-argentina-entre-la-precari%C3%A9n-laboral-y-el-empresariado-%C3%A9tnico>
- Sautu, R., Dalle, P., Maidana, V. (2007). “El significado de la democracia entre personas de clase trabajadora del Área Metropolitana de Buenos Aires”. En Sautu (Comp.). *Práctica de la investigación cuantitativa y cualitativa. Articulación entre la teoría, los métodos y las técnicas*, pp. 287-309. Buenos Aires: Lumiere.
- Scribano, A.O. (2007).” El proceso de investigación social cualitativo”. Argentina: Prometeo.
- Sen, A. K. (1981). “Pobreza y hambrunas: un ensayo sobre derechos y privaciones”. Oxford: Clarendon Press.
- Tirzo Gómez, J. & Hernández, J.G. (2010).” Relaciones interculturales, interculturalidad y multiculturalismo; teorías, conceptos, actores y referencias”. *Cuicuilco Revista De Ciencias Antropológicas*, 17(48), pp. 11-34. Recuperado de: <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/cuicuilco/article/view/4000>

- Tripadvisor. (2021). “Nada de mais. ..Opiniones sobre el Mercado Norte, Córdoba, Argentina”. Recuperado de: https://www.tripadvisor.com.ve/ShowUserReviews-g312768-d1066861-r236096006-Mercado_Norte-Cordoba_Province_of_Cordoba_Central_Argentina.html
- Vasilachis de Gialdino, I. (coord.) (2006). “Estrategias de Investigación Cualitativa”. Barcelona: Gedisa.
- Vivero Pol, J.L. (2013). “Los alimentos como un bien común y la soberanía alimentaria: una posible narrativa para un sistema alimentario más justo”. En Erazo, X., Mendez, R., Monterroso, L., Siu, C. *Seguridad alimentaria, derecho a la alimentación y políticas públicas contra el hambre en América Central* , pp.27-44. Guatemala: LOM. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/289488013_Los_alimentos_como_un_bien_comun_la_soberania_alimentaria_una_posible_narrativa_para_un_sistema_alimentario_mas_justo
- WIEGO. (2017). “Comerciantes ambulantes”. Recuperado de: <http://espanol.wiego.org/economiaiinformal/ocupaciones/venta-ambulante/>
- Yuni, J.A. & Urbano, C.A. (2006). “Técnicas para investigar; recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación”. Argentina: Brujas.

ANEXOS

Anexo n°1: Consentimiento para participar en el trabajo de investigación**“Seguridad Alimentaria Nutricional en los procesos de comercialización de alimentos en la zona comercial próxima al Mercado Norte como espacio social intercultural”****N° de entrevista:**

INVESTIGADORAS: Juárez, Lucia; Suarez Melisa Mickaela; Vega Rocio Noelia
Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias Médicas
Escuela de Nutrición

Un consentimiento informado es un permiso que se le solicita para poder realizar esta investigación, puede contener palabras que usted no entienda, por favor no se quede con dudas si hay algo que no comprenda. Usted puede llevarse a su casa una copia de este consentimiento para pensar sobre este estudio o para discutir con su familia o amigos antes de tomar su decisión, si quiere hacer alguna consulta puede llamar a la investigadora Daniela Martina, tel 153703474, o enviar un mail a daniela_martina@unc.edu.ar

Mediante la firma de este documento acepto participar de manera libre y voluntaria en la investigación “Seguridad Alimentaria Nutricional en los procesos de comercialización de alimentos en el Mercado Norte como espacio social intercultural”. Expreso que he comprendido la naturaleza de la investigación, que he podido hacer preguntas y que han sido contestadas a mi entera satisfacción. Se me ha informado que no obtendré beneficio alguno por participar, tampoco me veré perjudicado/a si no participo. No recibiré compensación económica por participar ni tendrá costo para mí. Entiendo que puedo retirarme de la investigación en el momento que lo desee y solicitar que mi entrevista sea suprimida sin tener que explicar los motivos de mi decisión y sin consecuencia alguna. Los resultados de la investigación podrán ser publicados en revistas científicas o presentados en reuniones afines al tema de la investigación, pero no se divulgarán datos que permitan identificarme a mí o a mi familia.

Como expresión de conformidad firmo el presente documento y certifico que se me entrega en este acto una copia de la hoja de información y un original de la presente hoja de firmas.

Firma del/ la participante: _____

Fecha: _____

Firma del/ investigador/a: _____

Fecha: _____

HOJA DE INFORMACIÓN

Somos Rocío Vega, Lucía Juárez y Mickaela Suarez, estudiantes de la Lic. En Nutrición de la Universidad Nacional de Córdoba. Estamos realizando nuestro trabajo de investigación final (bajo la dirección de la Dra. Daniela Martina y Mgter. Agustina García). Necesitamos la colaboración de los/as consumidores/as del Mercado Norte y su zona comercial próxima para realizar este breve cuestionario. Solicitamos a su vez la aceptación del consentimiento informado que detallamos a continuación.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

El consentimiento informado es el permiso que le solicitamos para poder realizar esta investigación. Le informamos que no obtendrá beneficio alguno por participar, tampoco será perjudicado/a si no participa. No recibirá compensación económica por participar ni tendrá costo. Puede solicitar que su entrevista sea suprimida sin tener que explicar los motivos de su decisión y sin consecuencia alguna. Los resultados de la investigación podrán ser publicados en revistas científicas o presentados en reuniones afines al tema de la investigación, pero no se divulgarán datos que permitan identificarlo/a. Si necesita hacer alguna consulta puede enviar un e-mail a daniela_martina@unc.edu.ar

Anexo n°2: Guía de preguntas a Vendedores/as**Entrevistadora/s:**

Fecha:

Lugar:

Horario:

Edad:

Género:

- ¿Cuál es su Nacionalidad?

- ¿Hace cuánto llegó a Córdoba? ¿Estuvo primero en alguna otra provincia del país?

- ¿Cuál fue el motivo por el cual decidió vivir en Córdoba?

- ¿Hace cuánto tiempo trabaja en el Puesto del Mercado?

- ¿Fue aquí en el Mercado la primera vez que realizó esta actividad de venta en la calle?

- ¿Siempre vendió alimentos?

- ¿Cómo empezó a trabajar en este puesto?

- ¿Alguien más de la familia trabaja o ha trabajado en este tipo de actividad? - ¿Con

quienes trabaja en su puesto?

- ¿Dónde ubica su puesto en el Mercado? ¿Por qué?

- ¿Tiene otro trabajo además de éste?

- ¿Trabaja todos los días aquí?

- ¿Qué alimentos ofrece para vender?

- ¿Siempre vendió los mismos alimentos?

- ¿Por qué vende esos alimentos?

- ¿De dónde provienen los alimentos que vende?

- ¿Quiénes compran los alimentos que vende? ¿Por qué cree que le compran?

- ¿Qué hace con las cosas que no vende en el día?

- ¿Con quienes se relaciona aquí en esta zona del Mercado? ¿Cómo es la relación que tiene con ellos? (otros vendedores/as callejeros o de comercios de los alrededores, consumidores/as, autoridades municipales)

Anexo nº3: Guía de preguntas a Consumidores/as**Entrevistadora/s:**

Fecha:

Lugar:

Horario:

Edad:

Género:

Nacionalidad:

Barrio:

- ¿Por qué compra en los puestos de venta callejera? ¿Compra siempre en el mismo?

- ¿Qué alimentos compra en los puestos? ¿Siempre compra los mismos?

- ¿Con qué frecuencia sabe comprar aquí?

- ¿Qué preparaciones de comidas hace con los alimentos que compra en los puestos?

- ¿Cómo es su relación con los vendedores de los puestos?

- ¿También realiza compras dentro del Mercado Norte?

Anexo n°4: Mapa del Mercado Norte



Anexo 5: Instrumento de observación

FECHA:
HORA:
CLIMA:
UBICACIÓN GEOGRÁFICA:
OBSERVACIONES DE PUESTOS CALLEJEROS:
EQUIPAMIENTO:
DISPOSICIÓN DE LA MERCADERÍA:
Nº DE PERSONAS QUE ATIENDEN EL PUESTO:
ACTIVIDADES:

CONVERSACIONES: