

Descripción de la oferta de comida callejera en las centrales ferroviarias de la ciudad de Buenos Aires

Description of the street food offer in the railway stations of Buenos Aires city

Dr. Díaz Córdova Diego¹ , Lic. Guerrero Sergio² 

¹Escuela de Nutrición, Facultad de Medicina, Universidad de Buenos Aires

²Instituto de Ciencias de la Salud, Universidad Nacional Arturo Jauretche

Resumen

Introducción. Debido a la falta de estadísticas oficiales o trabajos académicos sobre la venta callejera de alimentos en la ciudad de Buenos Aires, es que se considera relevante contar con datos sistemáticos que sirvan para estimular futuros trabajos e investigaciones, que puedan ser tomados como insumos para políticas públicas, pero también para la reflexión acerca de las modalidades de alimentación de la ciudad en el siglo XXI. El objetivo que se planteó fue el de relevar la oferta de comida callejera en las estaciones de trenes de Retiro, Constitución y Once.

Materiales y método. La metodología utilizada implicó el registro etnográfico de los puestos callejeros, así como interacciones informales con los vendedores. Abarcó temporalmente los meses del invierno y la primavera austral del año 2022. Se concentró en la oferta y no en la demanda, debido a que la primera es menos móvil y permanece más tiempo en el lugar que la segunda. Los distintos tipos de puestos de ventas y los diferentes productos que se ofrecían fueron el foco de la investigación, semejanzas y diferencias en la oferta alimentaria callejera entre las tres estaciones y se describieron tipos y marcas de alimentos particulares de las estaciones centrales. Se tomaron notas y fotos de los puestos, de su estructura y también de su oferta. El número de puestos relevados para todas las estaciones fue superior a la centena. Los datos fueron analizados mediante el uso de metodologías especializadas para datos cualitativos, incluyendo el análisis lexical o minería de textos.

Resultados. Entre los principales hallazgos se registraron 156 puestos de ventas de comida, con diferentes características estructurales, 79 eran fijos y el resto móviles. En sólo dos puestos se encontraron ensaladas de frutas como parte de la oferta; todo el resto de los alimentos que se vendían eran envasados y en su gran mayoría ultraprocesados. En la estación Once había un puesto de comida peruana y otro de comida boliviana. En la estación Retiro había algunos puestos de comida paraguaya. En la estación Constitución, no había puestos de venta de comidas étnicas. En todas las observaciones se veía gente consumiendo en estos puestos, lo que da una idea de la importancia de este tipo de consumo.

Conclusiones. Dada la escasez de estudios científicos sobre el consumo alimentario callejero en las estaciones de tren, se considera que este texto puede ser un punto de partida para futuras investigaciones. En función de la importancia de este tipo de consumos, fundamentado en la cantidad de personas que pasan diariamente por estas centrales y de la cantidad de puestos de venta de comida que se observaron, es menester realizar estudios que profundicen en las cuestiones vinculadas con la inocuidad de los alimentos, así como en las motivaciones tanto de consumidores como de los vendedores. Esta publicación brinda elementos para empezar a comprender el fenómeno, ya que establece una jerarquía de puestos y un detalle de los productos que se ofrecen, que pueda servir como ordenador primario de futuras investigaciones.

Palabras clave: comida callejera, centrales ferroviarias, oferta alimentaria

Abstract

Introduction. Due to the lack of official statistics or academic works on street food sales in Buenos Aires city, it is relevant to have systematic data that serve to stimulate future work and research, which can be taken as inputs for public policies, but also for new insights on food behaviour in the 21st century. The objective was to survey the offer of street food in the train stations of Retiro, Constitución and Once.

Materials and method. The methodology used involved ethnographic recording of the street stalls, as well as informal interactions with the vendors. It temporarily covered the winter and austral spring months of 2022. It focused on supply rather than demand, as the former is less mobile and stays in place longer than the latter. The different types of sales spots and the different products offered were the focus of the research, as well as similarities and differences in street food supply among the three stations, and particular types and brands of food from the central stations were described. Notes and photos were taken of the stalls, their structure and also their offer. The number of sales spots surveyed for all stations was more than a hundred. Data were analyzed using specialized methodologies for qualitative data, including lexical analysis or text mining.

Results. Among the main findings, 156 food stalls were recorded, with different structural characteristics, 79 were fixed and the rest were movable. In only two stalls were fruit salads found as part of the offer; the rest of the food sold was packaged and mostly ultra-processed. At Once station, there was a Peruvian food stall and a Bolivian one. At Retiro station, there were a few stalls selling Paraguayan food. At Constitución station, there were no stalls selling ethnic foods. In all the observations, people were seen consuming in these stalls, which gives an idea of the importance of this type of consumption.

Conclusions. Given the paucity of scientific studies on street food consumption in train stations, it is considered that this text can be a starting point for future research. Based on the importance of this type of consumption, based on the number of people who pass through these centers daily and the number of food stalls that were observed, it is necessary to carry out studies that delve into issues related to food safety, as well as the motivations of both consumers and vendors. This publication provides elements to begin to understand the phenomenon, as it establishes a hierarchy of positions and a detail of the products offered, which can serve as the primary authorizing officer for future research.

Key words: street food, central stations, food supply



AADYND

DIAETA es propiedad de la Asociación Argentina de Dietistas y Nutricionistas Dietistas y mantiene la propiedad intelectual.

ISSN 0328-1310
ISSN 1852-7337 (En línea)

Contacto:

Diego Díaz Córdova,
didibart@gmail.com

Recibido: 27/03/2023.

Envío de revisiones al autor:
26/12/2023.

Aceptado en su versión
corregida: 18/01/2024

Declaración de conflicto de intereses:

los autores declaran que no hay conflictos de intereses con el presente artículo.

Fuente de financiamiento:

no se requirió financiamiento.

Este es un artículo open access licenciado por Creative Commons Atribución/Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Licencia Pública Internacional — CC BY-NC-SA 4.0. Para conocer el alcance de esta licencia, visita <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/> [org/licenses/by-nc-sa/4.0/](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) [licencode.es](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



Indizada en LILACS, Scielo y EBSCO; catálogo del sistema LATINDEX. Incorporada al Núcleo Básico Revistas Científicas Argentinas, CONICET

Introducción

La comida callejera es un fenómeno ubicuo, no existe ciudad en el mundo en donde no exista al menos en una pequeña proporción. Evidentemente es un fenómeno urbano y que probablemente haya surgido con los primeros asentamientos de la Revolución Neolítica, hace aproximadamente 10 mil años, cuando los humanos, en algunos lugares del mundo, decidieron adoptar un modo de producción basado en la agricultura y en la ganadería y por lo tanto tuvieron que sedentarizarse y construyeron así las primeras ciudades.

Hay registros históricos de ciudades romanas con puestos de comidas callejeras (1) y a lo largo de los últimos 2000 años, todas las ciudades han contado con ese tipo de comidas, que incluso, merecieron la atención de las leyes y reglamentos (2). Con el enorme crecimiento demográfico de las ciudades a partir de la revolución industrial, los puestos de comidas callejeras acompañaron ese incremento; en el siglo XX se conocieron las ciudades más grandes de toda la historia humana, los entramados urbanos crecieron demográficamente como nunca lo habían hecho, en el siglo XXI hay más gente que nunca consumiendo alimentos en la calle (3).

Una de las cuestiones fundamentales entonces, para este estudio, es la definición de qué se considera como “comida callejera”. Buscando definiciones se encontraron aquellas que son las que usan tanto el Instituto de Estadísticas y Censo de Argentina (INDEC) como la *Food and Agriculture Organization* (FAO). La primera dice que las “comidas fuera del hogar” son las que están listas para consumir y que se adquieren en restaurantes, bares, kioscos, vendedores ambulantes, etc., para ser consumidas en el lugar de trabajo, lugar de estudio, entre otros (4). Esta definición es un tanto amplia en función de los objetivos de esta investigación. El estudio de campo que se realizó queda dentro de la categoría de INDEC, pero es demasiado inespecífico

para el tipo de investigación que se propuso. La definición que da FAO es muy similar a la de INDEC: “Alimentos de venta callejera son alimentos y bebidas listos para el consumo, preparados y/o vendidos por vendedores sobre todo en calles y otros sitios públicos similares” (5). La diferencia entre ambas responde básicamente a los objetivos diferenciales de cada institución. La definición entonces que se propuso para este trabajo dice que **la comida callejera es aquella lista para consumir, que no necesita de utensilios extra, más allá de alguna cuchara o tenedor provisto por el vendedor, que se consume en el momento, usualmente de pie (o incluso caminando) o sentado en alguna silla precaria provista también por el vendedor y que puede o no prepararla en el lugar.**

La comida callejera adquiere características particulares en cada lugar y en cada momento histórico. La tecnología disponible, los costos, los movimientos migratorios, las modas alimentarias, los sistemas de transporte y un sinfín de otros dispositivos sociales y materiales impactan en las posibilidades de la comida que se consume en la calle. En algunas ciudades, el consumo es transversal a los estratos sociales, todos los sectores socioeconómicos lo practican, aunque con diferencias tanto en las formas como en los tipos de alimentos. En otras ciudades, el consumo se concentra en los sectores con menores recursos. Algunas ciudades son famosas por sus puestos de comidas callejeras, en otras, ni siquiera dentro de la propia ciudad conocen el mapa de esos puestos (6). En Latinoamérica, hay ciudades que son notorias por sus comidas callejeras como Ciudad de México, Lima, Río de Janeiro, por mencionar sólo algunas. En general, la comida consumida en las calles es bastante común en la región y forma parte del acervo cultural de cada ciudad. Los patrones de movilidad de quienes viven y visitan a diario cada una de estas ciudades influyen en la disposición de los lugares que la gente elige a la hora de comer en la acera. Es cierto también que en algunas ciudades

hay algunos puestos de comida callejera que atraen incluso turistas, pero casi siempre están en zonas que son muy transitadas (7).

Buenos Aires no es una ciudad que sea conocida precisamente por su comida callejera. En general no se encuentra esa opción gastronómica dentro de las categorías que la gente baraja cuando quiere salir a comer. Salvo, si se considera el paseo a la heladería, casi no hay salidas a comer en la calle con familiares o amigos. La comida callejera parece ser, en Buenos Aires, más una cuestión de necesidad que de placer. La propia categoría de “comida callejera” no es utilizada, el concepto que se usa en forma nativa es el de “comida al paso”. Hay que señalar que existe registro histórico de consumo de comida callejera en la ciudad tanto en el siglo XVIII como en el siglo XIX y que era un fenómeno muy popular en esos tiempos (8). Entender por qué en Buenos Aires no hay tal tradición gastronómica callejera pueda permitir tal vez comparar las diferentes ofertas existentes en América Latina. ¿Es sólo la oferta o es una cuestión de ingresos, movilidad y disponibilidad de tiempo? ¿Cuánto impacta en la identidad cultural alimentaria del país y la región, que una ciudad tenga o no una oferta variada de comida callejera? En la ciudad de Buenos Aires hay una oferta alimentaria importante en las estaciones de trenes, por donde circula mucha gente. Pareciera ser más una cuestión de oportunidad, de estar al alcance, y de relación costos y beneficios que una opción tomada a conciencia para disfrutar de una buena comida.

En este estudio se propuso hacer una descripción sobre la comida callejera de la ciudad de Buenos Aires, en particular en las tres centrales de trenes más importantes de la capital: Retiro, Constitución y Once. Se asumió que son lugares por donde circulan millones de personas diariamente, una parte importante de las cuales pertenecen a los sectores de menores ingresos y donde además hay un gran flujo de gente que se desplaza desde el Gran Buenos Aires a

la Ciudad de Buenos y viceversa. Se realizó un relevamiento de la oferta gastronómica para conocer cuáles eran las posibilidades alimentarias que los consumidores tenían, concentrando el foco en los diferentes tipos de comida, así como los diferentes puestos en donde se venden. Las hipótesis guía indicaban que muchos de los alimentos provenían de una industria informal, casera podría decirse, con algunos aspectos de origen étnico. También se afirmaba que la mayor parte de los productos ofrecidos podrían ser clasificados como “ultraprocesados” según la definición de FAO (5).

Como primer paso se realizó una búsqueda en inglés y en español sobre la temática y no se encontró demasiada bibliografía sobre el tema, menos de diez artículos y sobre Argentina en particular la literatura sobre el tema es prácticamente inexistente. Hay algunas publicaciones de escala mundial o regional que tratan sobre diferentes aspectos del fenómeno, desde problemas vinculados con la seguridad biológica hasta los aspectos vinculados con el turismo, la generación de empleos y las preferencias y elecciones de los consumidores, pero en ninguno de éstos, se hace referencia al consumo alimentario en estaciones de transporte público. Abrahale K, *et al.* (9) hacen una revisión bibliográfica sobre comida callejera de alcance global. Remarcan la diversidad en calidad nutricional y seguridad biológica del fenómeno. Plantean que casi 2.5 mil millones de personas consumen esta clase de comidas. Los autores encuentran que el tiempo de la cocina hogareña disminuyó y aumentó el consumo de comida callejera. Arámbulo P, *et al.* (10) escriben un artículo sobre comida callejera en América Latina en la década del 90. Los autores plantean que el fenómeno crece en el continente debido a la desocupación y a la marginalidad. También proponen que se les asignen medios para mejorar la salubridad de los alimentos (acceso al agua potable, cursos sobre manipulación de alimentos, etc.) ya que no parece tener sentido

el querer prohibirla. Según los datos que manejaban, hasta un 30% de la economía informal de la región se debía a la comida callejera y un 50% de los puestos eran atendidos por mujeres. Durán Agüero S. (11) analizó el consumo de frutas en los puestos de venta en las calles en 11 países iberoamericanos. De los 9.000 encuestados, casi la mitad consumía alimentos en la vía pública. Los países con más consumo de este tipo de comidas fueron Colombia y Guatemala y entre los de menor consumo, Argentina y Costa Rica. En otro estudio de Durán Agüero S, y col. (12) se propusieron caracterizar el consumo de comida callejera según la edad del consumidor a nivel global. Se calculó que en el mundo, 2,5 millones de personas consumen este tipo de alimentos y en algunos países llegaba a ser hasta el 30% de la ingesta calórica. La publicación refiere que la mayor parte de los consumidores de este tipo de alimentación se concentra en los rangos etarios más jóvenes, entre 18 y 30 años (54%). Casi el 40% de los encuestados sostenían que la consumen porque se la encuentran durante su tránsito, el 34% por su sabor, casi un 15% por falta de tiempo y un 11% debido a su costo. Larcher C. y Camerer S. (13), en un trabajo sobre comida callejera en Europa señalan que cada vez más se consumen alimentos en la calle en ese continente. Según un estudio en Italia, el 60% de los consumidores prefieren que la comida tenga ingredientes de productores locales. Los autores plantean que son necesarias regulaciones que involucren a todos los actores del proceso para garantizar la calidad y la diversidad de la comida ofertada. Privitera D. y Nesci F.S. (14) trabajan sobre el rol de la comida callejera en los sistemas urbanos de alimentación en Italia. Mencionan la posibilidad para el turismo a partir de este tipo de alimentos y plantean que la comida callejera es, al mismo tiempo, comida de pobres, comida tradicional y comida de moda y que una de sus claves es que se come de pie.

En este contexto, las preguntas que guiaron la investigación fueron: ¿Qué alimentos se

venden en las centrales de tren de la ciudad de Buenos Aires? ¿Qué diferencias hay en la oferta alimentaria entre ellas? ¿Qué diferencias hay al interior de cada una de ellas? ¿Cómo son los puestos que venden el alimento y qué diferencias hay entre ellos? ¿Qué categorías de alimentos son los que se venden en las centrales (procesados, ultraprocesados, frescos, cocidos)? ¿Qué tipo de preparación requieren los alimentos que allí se venden?

Materiales y método

Si bien el espacio de estudio fueron las tres centrales mencionadas, esos trenes conectan un área más grande que la estrictamente circunscrita a la ciudad de Buenos Aires y que se conoce como Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). Muchos de los pasajeros, pero también de los vendedores y los trabajadores de estas centrales viven y se transportan de un lugar a otro del AMBA. Se calcula que en el año 2001 la región ya contaba con 12 millones de habitantes y es la zona más densamente poblada de todo el país (15). Si bien en la ciudad existen dos centrales más, Lacroze y Saenz, se dejaron de lado debido a que las tres mencionadas concentran más del 50% de los pasajeros (16). Estos ámbitos de estudio se subdividieron a su vez en edificios centrales, andenes y veredas. No siempre se pudo tomar el perímetro completo de veredas que rodean a la central; de hecho, siempre hay una parte del edificio que conecta con las vías, por lo tanto, las veredas utilizables como espacio para la venta fueron diferentes para cada central.

La central ferroviaria de Retiro consta de tres terminales de líneas de trenes (San Martín, Mitre y Belgrano Norte) y es la única de las centrales que posee esta característica, conecta la ciudad con la zona norte y noroeste del AMBA. Cada terminal tiene un edificio propio, todos construidos hacia finales del siglo XIX o comienzos del XX y que sufrieron diferentes reformas a lo

largo de los años. Los edificios se encuentran uno a continuación de otro. El edificio más grande es el de la línea Mitre, luego sigue el de la línea Belgrano Norte y por último el edificio de la línea San Martín (que es un edificio provisorio desde hace más de 120 años). En cantidad de gente se estima que por la central Mitre pasan 20.404.697 millones de personas al año, por la San Martín 16.761.017 y por la Belgrano Norte 17.518.353, esto da un total de 54.684.121 de personas al año (16). La central se encuentra pegada al barrio Padre Mujica, un barrio precario que cuenta con más de 100 años de antigüedad (17).

La central ferroviaria de Once es la que posee la línea Sarmiento. Da salida o entrada a la ciudad en dirección oeste del AMBA. Es la línea de trenes más antigua de la ciudad, remontrándose sus primeras vías a mediados del siglo XIX. El edificio actual, de estilo renacentista, fue construido a finales del siglo XIX y a lo largo del tiempo fue sufriendo múltiples reformas. Al año, por la central del Sarmiento pasan más de 42 millones de personas, siendo la que menor cantidad de personas tiene en relación con las otras dos terminales seleccionadas (16). El barrio donde se encuentra el edificio (Balvanera) es una de las zonas comerciales más importantes de toda la ciudad, con predominio de negocios textiles.

En la central ferroviaria de Constitución opera la línea Roca. Conecta a la ciudad con el sur del AMBA. El edificio es de comienzos del siglo XX y sufrió una importante reforma a mediados del mismo siglo; hoy en día han continuado haciéndose reformas menores. Por año circulan más de 90 millones de personas que entran (a la mañana) y salen (a la tarde) de la ciudad, siendo de este modo la central ferroviaria con mayor cantidad de pasajeros de todo el país (16). La estación se encuentra en el barrio homónimo y si bien es una zona comercial, no tiene la importancia de la zona que rodea, por ejemplo, a la central de Once.

Esta investigación se centró en la oferta de comida, no en la demanda, por lo tanto, la unidad

de análisis fue cada puesto de comida callejera que cumplía con la definición propuesta. Estos puestos de venta fueron clasificados en tres niveles:

- **Nivel I**, puestos con mucha movilidad, que podían ser desarmados muy fácilmente, con muy poca infraestructura y con un alto grado de informalidad.
- **Nivel II**, puestos con menos movilidad que los de nivel I, ya sea por su tamaño o bien por la cantidad de módulos (generalmente puestos de nivel I relativamente ensamblados), que no se desarmen, sino que quedan ubicados en un sitio (con el peligro de que al otro día no aparezcan) o bien se mueven (poseen ruedas) y suelen tener algún grado más de formalidad que los de nivel I.
- **Nivel III**, no tienen movilidad en lo absoluto, no se desarmen y tienen máxima formalidad, entendiéndose como la relación del puesto frente a los diferentes vínculos con el estado (impuestos, permisos, etc.) y con el sector privado (concesiones, bancarización, provisión, etc.).

El relevamiento de los datos consistió en observaciones e interacciones informales en las tres centrales elegidas. Se realizaron doce visitas en donde se tomó registro en video, fotografía y en texto de los diferentes puestos, de la oferta de alimentos y de las situaciones de venta. Los días elegidos para las visitas fueron durante la semana laboral, de lunes a viernes, en un horario que oscilaba entre las 11 y las 16, asumiendo que eran horarios donde probablemente había una mayor oferta y demanda de alimentos. Las observaciones fueron realizadas entre el invierno y la primavera del año 2022. Vale la aclaración que en este estudio no se tomó en cuenta la oferta alimentaria de las combinaciones con otros medios de transporte (subte, colectivo, taxi o metrobús).

La estrategia de análisis de los datos fue cualitativa, enfatizando en las semejanzas y diferencias tanto entre los niveles de los puestos como entre las propias estaciones. Los únicos datos cuantitativos disponibles están vinculados con los millones de pasajeros que circulan por unidad de tiempo por las estaciones; no hay datos cuantitativos ni sobre la oferta ni sobre la demanda de comida callejera en las centrales de trenes, ni siquiera de publicaciones que tomaran otra definición, diferente a la propuesta y que podría servir al menos como proxy. Las categorías de análisis surgen por un lado de definiciones a priori y por el otro de categorías nativas i.e., como los propios vendedores denominan a sus productos de venta (18).

Se realizó también un análisis lexical de los registros de campo que fueron tomados durante las salidas al terreno con el software Iramuteq (19). El análisis lexical o minería de texto en la tradición sajona, permite analizar en forma multidimensional datos no estructurados como entrevistas, historias de vida, registros de campo, noticias, etc. Su principal función es la de encontrar regularidades entre las formas lexicales y el contexto (entre las palabras y los textos a los que pertenece). El software genera clases que agrupan conceptos, es decir categorías a partir de los textos con que se lo alimenta. En función de asociaciones estadísticas como el χ^2 y métodos de *clustering*, el Iramuteq va agrupando las palabras en relación con sus distancias y a sus frecuencias. El Iramuteq genera los siguientes análisis: clasificación jerárquica descendente, búsquedas de especificidades de grupo, estadísticas clásicas sobre corpus de texto, análisis de similitud y nube de palabras (20). En este caso concreto, los registros de campos que describían tanto los puestos de venta como la oferta alimentaria fueron ordenados por el Iramuteq en una clasificación similar a la que se propuso como guía de observación, lo que en algún sentido indica una cierta coherencia entre la propuesta a priori y los hallazgos.

Resultados

Se presentan aquí los resultados obtenidos, luego de las observaciones realizadas en las tres centrales ferroviarias mencionadas. Si bien el tiempo de observación fue exiguo, frente a la realidad de la inexistencia de datos sobre comida callejera en estas terminales, se considera que puede ser un punto de partida para empezar a tener datos sistemáticos. Los resultados fueron divididos por central de trenes y luego en la discusión se elaboraron algunas similitudes y diferencias entre los tres lugares elegidos.

Cada central puede ser dividida en tres espacios más o menos diferenciados. Por un lado, están los trenes y los andenes o plataformas de donde salen y a donde arriban; por otro lado, está la central propiamente dicha, donde se encuentra el acceso a los andenes y las salidas a la calle; por último, tenemos las veredas que bordean los edificios de las terminales ferroviarias, pero ya en la vía pública. La oferta alimentaria en cada uno de estos espacios es también diferente. Del total de puestos de venta analizados, 79 (51%) eran de nivel III, 51 (33%) de nivel II y 26 (17%) de nivel I. En las veredas de las 3 centrales analizadas, se encontraba el 46% de los puestos de venta de alimentos (Tabla 1).

La descripción de los puestos de venta por niveles y terminales se puede observar en las tablas 2, 3 y 4.

El análisis lexical mostró cómo el algoritmo encontró 6 clases (Figura 1). Es interesante como el software Iramuteq halló, por sus propios medios estadísticos estas categorías, a partir de los registros de campo (no se le pidió que las encontrara, sino que estableció por sí mismo esas asociaciones estadísticas). Las clases 2, 4 y 5 se corresponden con los puestos de nivel III, los de menor movilidad. La clase 1 representa a los puestos de nivel I, los de mayor movilidad y la clase 3 representa a los puestos de nivel II, que son móviles, pero por su estructura no son tan simples de mover. En la figura 1, cada color

Tabla 1. Cantidad de puntos de venta de alimentos por niveles de los puestos de venta para todas las centrales de trenes analizadas

Puestos	NIVELES			Total (%)
	I	II	III	
Andén	8	7	27	42 (27%)
Edificio central	0	1	42	43 (28%)
Vereda	18	43	10	71 (46%)
Total (%)	26 (17%)	51 (33%)	79 (51%)	156 (100%)

Tabla 2. Cantidad de puntos de venta de alimentos por niveles de los puestos de venta para la central Constitución.

Puestos	NIVELES			Total (%)
	I	II	III	
Andén	6	1	11	18 (37%)
Edificio central	0	0	12	12 (24%)
Vereda	7	10	2	19 (39%)
Total (%)	13 (27%)	11 (22%)	25 (51%)	49 (100%)

Tabla 3. Cantidad de puntos de venta de alimentos por niveles de los puestos de venta para central Retiro.

Puestos	NIVELES			Total (%)
	I	II	III	
Andén	0	6	10	16 (27%)
Edificio central	0	0	7	7 (12%)
Vereda	7	26	3	36 (61%)
Total (%)	7 (12%)	32 (54%)	20 (34%)	59 (100%)

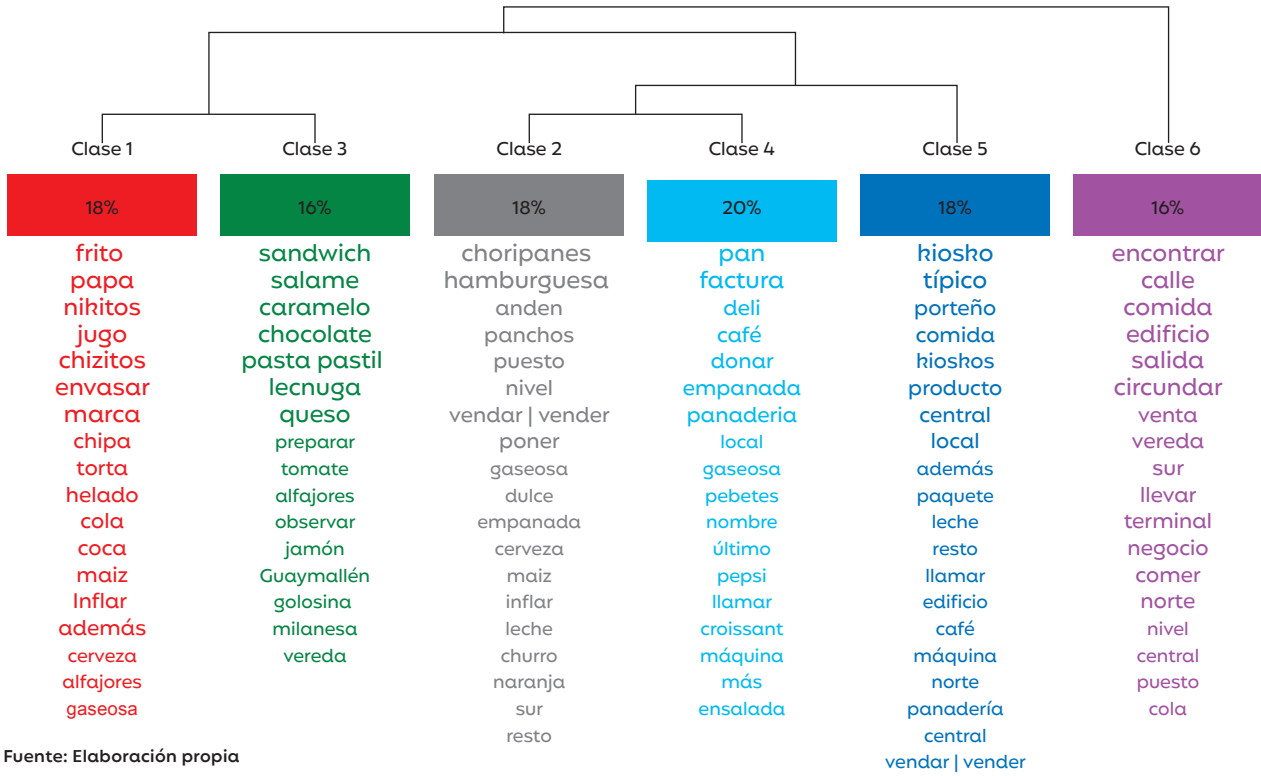
Tabla 4. Cantidad de puntos de venta de alimentos por niveles de los puestos de venta para central Once.

Puestos	NIVELES			Total (%)
	I	II	III	
Andén	2	0	6	8 (17%)
Edificio central	0	1	23	24 (50%)
Vereda	4	7	5	16 (33%)
Total (%)	6 (13%)	8 (17%)	34 (71%)	48 (100%)

representa una clase diferente. Como puede verse en el dendograma, la clase 1 (roja) y la clase 3 (verde) están vinculadas; la 2 (gris), la 4 (celeste) y la 5 (azul) también están vinculadas entre sí, aunque la 2 y la 4 son más cercanas. La

6 (violeta) es la única que está separada del resto. Cada clase está compuesta por una cantidad de palabras que están más relacionadas entre sí, en un sentido estadístico, en los registros de campo analizados. Al observar el listado de

Figura 1. Dendograma de clases lexicales a partir de los registros de campo para las 3 centrales de trenes analizadas.



palabras de la clase 1, es claro que se refiere a alimentos que son los típicos que se venden en los puestos de nivel I (chizitos, papas fritas, helado, maíz inflado, etc.). El listado de la clase 3 se observa que algunos conceptos son similares a los de la clase 1, pero aparecen también sándwiches, salame, jamón, queso, preparar, etc. Aquí claramente son palabras que se asocian a los puestos de nivel II, que requieren de una mayor infraestructura (para preparar los sándwiches, por ejemplo), al mismo tiempo están relacionados ya que hay algunos alimentos que se venden en ambos tipos de puestos. Las clases 2, 4 y 5 se corresponden con los de nivel III, si se observan los listados de palabras se encuentra desde choripanes, hamburguesas, productos de panadería, quioscos, café, etc. Estas palabras representan a los alimentos que se venden en los puestos fijos; aún dentro de cada clase, se puede observar como la clase 2 está vinculada con los puestos de nivel III que venden

choripanes y hamburguesas, la clase 4 con los que venden artículos de panadería (que en general permiten tomar un café en el lugar) y los de la clase 5 son los típicos quioscos que se encuentran en las centrales de trenes. La clase 6 es claramente contextual y no hace referencia a ninguno de los niveles de los puestos, está más vinculada con la localización espacial general y los aspectos edilicios.

Central ferroviaria de Retiro

Andenes: en la central San Martín hay cinco puestos de nivel III y ninguno de nivel II o I. Éstos venden panchos, hamburguesas, choripanes, gaseosas. En la central Belgrano Norte hay dos puestos de nivel II y ninguno de III o I, que venden pan tipo lactal marca *Deli*, garrapiñada y pochoclo (palomitas de maíz). En la central Mitre hay cuatro de nivel III que venden café, gaseosas, panchos, hamburguesas, sándwiches, ensaladas

de frutas; hay tres de nivel II que venden pan tipo lactal de la marca citada anteriormente, malvaviscos, galletitas dulces, pan dulce (por navidad) garrapiñada y pochoclo.

Edificio central: en la central San Martín hay un puesto de nivel III, que vende productos de kiosco. En la central Belgrano Norte hay un puesto de nivel III que es un kiosco. En la central Mitre hay tres puestos de nivel I, un kiosco, una panadería y un puesto que vende café, panchos y sándwiches.

Calles circundantes: hay tres puestos de nivel III, veintiséis de nivel II y siete de nivel I. Se venden berlinesas, churros y pastelitos dulces, empanadas, sopa paraguaya, hamburguesas, choripanes, panchos, otras carnes a la parrilla (bondiola, molleja, vacío, etc.), maíz inflado, chizitos (snack de harina de maíz sabor queso), puflitos (maíz frito dulce), papas fritas, productos de kiosco (alfajores, turrone, barritas de cereal), jugos envasados, gaseosas, jugos exprimidos de naranja, marcianos (helado de agua de industria casera), sándwiches de milanesa y de fiambre, cerveza y muchas variedades diferentes de chipa, también venden yerba mate paraguaya.

Central ferroviaria Once

Andenes: hay seis puestos de nivel III que venden panchos, choripanes, hamburguesa, gaseosas, café con leche, papas fritas y uno que es un kiosco. Hay dos puestos nivel I que venden chipa y sándwiches.

Edificio central: hay veintitrés puestos de nivel III, ninguno de nivel I y uno solo de nivel II. Venden panchos, productos de panadería, donas, pan tipo lactal, papas fritas, hamburguesas, helados, pizza, empanadas, café, productos de quiosco, sándwiches de milanesa, sándwiches de miga, milanesa de hamburguesa, pebetes, *croissant*, salchipapa, helados, tortas fritas, tortas (pasteles), churros, cremona, pochoclo, jugos de máquina y helados de máquina.

Calles circundantes: hay cinco puestos de nivel III, siete de nivel II y cuatro de nivel I. Venden comida peruana, garrapiñada, panchos, productos de kiosco, jugo exprimido, chizitos, maíz inflado, barritas de cereal, puflitos, maní molido, barra de maní, sándwiches de milanesa y de fiambre, tartas y comidas bolivianas como papas rellenas, pollo con arroz, empanadas y duraznos en conserva.

Central ferroviaria de Constitución

Andenes: hay once puestos de nivel III que venden panchos, hamburguesas, choripanes, café, medialunas, donas y empanadas. Hay un puesto de nivel II que vende pan tipo lactal, pan dulce, turrone y bizcochitos. Hay seis puestos de nivel I que venden chipa, sándwiches de milanesa, salame y queso y jamón y queso, así como golosinas

Edificio central: hay doce puestos de nivel III, no hay de nivel I ni II. Venden café, medialunas, pebetes de jamón y queso, sándwiches de milanesa, *croissant* de jamón y queso, gaseosa, sándwiches de jamón y queso; también productos de panadería y productos de kiosco, pizza, empanadas, milanesa de hamburguesa, donas, bebidas, pan tipo lactal, turrone, chipa, churros y focaccias.

Calles circundantes: hay dos puestos de nivel III, diez de nivel II y siete de nivel I. Venden jugos de naranja, barras de cereal, chipa, productos de kiosco, gaseosas, cervezas, sándwiches de milanesa y de fiambre, ensalada de fruta, jugos envasados, choripán, hamburguesa y pancho, papas fritas, tortilla salteña y caramelos.

La definición de “comida callejera” de referencia establece que es aquella lista para consumir, que no necesita de utensilios extra, más allá de alguna cuchara o tenedor provisto por el vendedor, que se consume en el momento, usualmente de pie (o incluso caminando) o sentado

en alguna silla precaria provista también por el vendedor y que puede o no ser preparada en el lugar. En este sentido se afirma que la central de Retiro es donde mayor cantidad de puestos de comida callejera encontramos; este dato puede ser un indicador proxy de la magnitud de la venta callejera existente; esto puede deberse por un lado a que son tres centrales ferroviarias en el mismo espacio, en forma continua y por lo tanto ocupan un mayor lugar (recordemos que Retiro es la segunda terminal con mayor cantidad de pasajeros detrás de Constitución). La mayor diversidad de alimentos se observa en las veredas, más que en los andenes, donde no hay mucho espacio, y que en el edificio central donde son todos locales de nivel III.

Podemos resumir los resultados de las diferentes centrales. En Once es donde hay más puestos de nivel III, 34 frente a los 25 de Constitución y los 20 de Retiro. En Retiro es donde hay mayor cantidad de puestos de nivel II, siendo éstos 32, hay 11 en Constitución y 8 en Once. Por último, donde hay más puestos de nivel I es en Constitución donde hay 13, seguido por Retiro donde hay 7 y luego Once donde hay 6. Esta distribución de los puestos no obedece al espacio que ocupan cada una de las centrales, de hecho, en Retiro hay 3 centrales diferentes, con lo cual es el conjunto arquitectónico más grande. Por el contrario, Once es la estación más pequeña, sin embargo, es donde se encuentra la mayor cantidad de puestos con más alta infraestructura (nivel III). En relación con los puestos de nivel II es probable que sea Retiro quien concentra la mayor parte debido a que se encuentra lindero al barrio Padre Mujica y que por lo tanto la venta de alimentos sea una salida laboral.

En cada visita se observó que había algunos puestos regulares y constantes desde su funcionamiento y otros irregulares, que a veces estaban y otras veces no. Había estacionalidad en la venta, es decir aparecen y desaparecen algunos productos según la temporada del año y esta estacionalidad varía un poco, a su vez,

de acuerdo con cada central ferroviaria. En los edificios centrales tampoco se observaban puestos de nivel I y II, la mayoría son de nivel III. Sólo en Once se observó un puesto de nivel II en el edificio central; los puestos de nivel I y II se distribuyeron en los andenes y en las calles aledañas.

Por alguno de los indicios que fueron mencionados en el listado de alimentos vendidos, se puede afirmar que en la terminal Once, hay un componente cultural andino mayor que en las otras estaciones, ya que se venden comidas peruanas y bolivianas. En Retiro, pareciera haber un componente cultural paraguayo. Se observa en esta central la mayor diversidad de formas y gustos de la chipa, así como se venden otros productos de ese mismo origen. Constitución pareciera no tener un componente cultural de origen migratorio reciente relevante, al menos no se observan marcadores diacríticos que pudieran sostener una posición semejante.

En ninguna de las estaciones relevadas hay una gran oferta de frutas. Se ofrecen frutillas pero que son para llevar y no para comer en el lugar. En las tres estaciones hay uno o dos puestos de venta de jugo de naranja y algunos puestos de venta de nivel I de ensalada de frutas para consumir en el momento.

No quedan claros los grados de organización e informalidad de los puestos de venta. La diversidad de jurisdicciones complica las categorizaciones desde el comienzo. Por un lado, el gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) controla las veredas y es el estado nacional el que controla las centrales, aunque acá hay que tomar en cuenta también a las distintas concesiones y empresas de los ferrocarriles.

Los alimentos relevados fueron muy heterogéneos, como puede observarse en las descripciones puntuales; el rango va desde la gran industria multinacional, pasando por industrias más pequeñas, hasta emprendimientos caseros con una escala relativamente grande de producción y llegando hasta preparaciones caseras de

pequeña escala. Los productos industriales son fácilmente identificables debido a su reconocible *packaging*, tanto si pertenecen a una multinacional o a otra marca. Aquellos alimentos que pertenecen a la categoría “emprendimientos caseros” fueron identificados debido a que no contaban con un *packaging*, *stricto sensu*, sino con envoltorios notoriamente diferentes, sin toda la información que hay en los paquetes de comidas industrializadas, pueden tener a lo sumo la marca del producto, pero no hay ni información del establecimiento ni de los datos nutricionales. Por otra parte, el tipo de preparaciones caseras, aunque se hagan a una escala que implique una dedicación importante, no son alimentos que se hagan en forma industrial, como los sándwiches de milanesa o las empanadas.

En los tres niveles de puestos de venta se encontraban ofertas (que no son tan comunes en otras zonas de la ciudad) donde se podían llevar tres paquetes por el precio de uno o había un descuento si se compraban dos unidades. También se observó en los tres niveles lo que se podría denominar productos de segundas o terceras marcas, entendiendo la gradación en función del precio y el “prestigio” del producto.

Discusión

En relación con la bibliografía consultada, la afirmación que realizan Abrahale K, *et al.* (9) acerca de un aumento en el consumo de comida callejera en detrimento de la cocina hogareña a nivel mundial, es probable que se cumpla en los casos analizados. La base empírica para decir eso es simplemente la cantidad de puestos de los diferentes niveles que registramos y que si existen en tal cantidad es porque hay una demanda que los satisface (en las observaciones siempre había gente comprando). La publicación de Arámbulo P, *et al.* (10) es de la década del 90, pero ya propone que se le den los medios para mejorar las condiciones de salubridad, ya que

los intentos de prohibición de la venta callejera de alimentos, fueron infructuosos. En este sentido podemos decir, sin haber profundizado en el tema, que las condiciones generales de los puestos de nivel I y II necesitan urgente mejora; al ser movibles es más difícil que puedan tener una fuente de agua cerca, recurso indispensable para la manipulación de alimentos. Larcher C. y Camerer S. (13), también sostienen la necesidad de mayores regulaciones para garantizar la calidad de la comida, vale decir que este estudio se realizó en ciudades europeas. Durán Agüero S. (11), publicó los resultados de una encuesta sobre consumo de frutas de la venta callejera en países latinoamericanos y señala que Argentina es uno de los países con menor consumo. En vista de lo observado y registrado podemos decir que la venta de frutas es prácticamente inexistente.

Privitera D. y Nesci F. (14) sostienen que la comida callejera es a la vez comida de pobres, comida tradicional y comida de moda; en el caso de las centrales de trenes de la CABA no se asume considerar las dos últimas categorías señaladas, sino que pareciera ser una comida consumida por sectores de ingresos bajos y medio bajos fundamentalmente motivada por la necesidad. Camargo Bini D. (21) en un artículo publicado en 2019 sobre circuitos económicos en el Área Metropolitana de Buenos Aires planteaba que la mayor parte de lo que se vende en la calle es de baja calidad nutricional y es mayormente ilegal. En particular, señalaba que la chipa era el alimento más disponible en el desayuno callejero porteño. De la encuesta que realizó pudo concluir que la mayor parte de los alimentos vendidos eran procesados y ultraprocesados. Las presentes observaciones coinciden con lo planteado por este autor, la chipa se encontró en todas las centrales relevadas y los alimentos procesados y ultraprocesados eran ubicuos a los tres niveles de puestos de venta caracterizados.

Unger N. y *col.* (22) plantean en una conferencia del año 2007 que los estudios realizados por su equipo de investigación, de la Facultad

de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, mostraron que en la Provincia de Buenos Aires, el 90% de las firmas pequeñas productoras de alimentos, no pueden garantizar la inocuidad de los mismos. Sin haber hecho especial énfasis en el tema, la observación presentada mostró que es muy factible que la mayor parte de los puestos de ventas de alimentos relevados, tampoco cumplieran con garantizar la inocuidad de esos alimentos.

Sería deseable que futuras investigaciones aborden la problemática desde una perspectiva etnográfica, tratando de encontrar las motivaciones, las trayectorias de todos los actores (vendedores y consumidores), así como el hallazgo de categorías nativas que permitan una mejor comprensión de los alimentos vendidos en las estaciones de tren de la Ciudad de Buenos Aires. Pero también serían importantes aquellas investigaciones basadas en datos cuantitativos, ya que como se mencionó, no hay estadísticas para estos alimentos que son consumidos por millones de personas al año. Sin esa información,

es muy difícil que se puedan tomar medidas que redunden en una mejora del servicio. Otra área de interés y que debería impulsar investigaciones profundas en este sentido, es el impacto para la salud de la comida callejera, ya que por un lado se observan ciertas deficiencias estructurales en los puestos como falta de agua y disposición de los residuos, para que los alimentos ofertados sean seguros para el consumo y por el otro, la escasa oferta de frutas relevada y la mayoría de alimentos ultraprocesados que se venden que no estarían contribuyendo a disminuir la epidemia de sobrepeso y obesidad que se está atravesando.

Si bien estos alimentos parecen no tener importancia dada la escasa atención académica y mediática que obtienen (prácticamente no hay artículos o investigaciones que trabajen el tema) o incluso, que haya quienes no los consideren “comida” (pareciera ser una comida invisible), la realidad es que millones de personas los consumen durante todo el año y es un fenómeno que de ningún modo puede pasar desapercibido ni quedar desatendido.

Referencias bibliográficas

1. Carcopino J, Fernández Cuesta M. La vida cotidiana en Roma en el Apogeo del Imperio. Madrid: Ediciones Temas de Hoy; 2001.
2. Lara Peinado, Federico, editor. Código de Hammurabi. Tecnos Editorial S A; 2008.
3. Steel C. Ciudades hambrientas: cómo el alimento moldea nuestras vidas. Madrid: Capitán Swing; 2020.
4. INDEC. Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2017-2018. Instituto Nacional de Estadísticas y Censo; 2019.
5. FAO. Métodos de medición de la seguridad alimentaria. Programas de actualización en alimentación y nutrición. Dirección de Política Alimentaria y Nutrición. 1993;13-20.
6. Bouafou KGM, Beugré GFC, Amani YC. Street Food around the World: A Review of the Literature. JSSM. 2021; 14(06): 557-75.
7. Kraig B, Sen CT. Street food around the world: an encyclopedia of food and culture. [Enhanced Credo edition]. Santa Barbara, California, Boston, Massachusetts: ABC-CLIO, Credo Reference; 2015.
8. Silveira MJ. Cocina y comidas en el Río de la Plata. 1. ed. Neuquén: EDUCO, Editorial de la Universidad Nacional del Comahue; 2005. 169 p.
9. Abrahale K, Sousa S, Albuquerque G, Padrão P, Lunet N. Street food research worldwide: a scoping review. J Hum Nutr Diet. abril de 2019; 32(2): 152-74.
10. Arámbulo P, Almeida CR, Cuéllar J, Belotto AJ. Street food vending in Latin America. Bull Pan Am Health Organ. 1994; 28(4): 344-54.
11. Duran Agüero S. Consumption of fruit in street posts from eleven iberoamerican countries. Multicentric study. Nutricion Clínica y Dietética Hospitalaria. 2020; (2): 57-64.

12. Durán-Agüero S, Arboleda LM, Velásquez Vargas JE, Fretes Centurión G, Gonzalez Cespedes LE, Rocha A, et al. Caracterización del consumo de comida callejera según edad, estudio multicéntrico. *Rev Esp Nutr Hum Diet.* 2018; 22(3): 243–50.
13. Larcher C, Camerer. Comida callejera. *Elisava Temes de disseny.* 2015; (31): 70–83.
14. Privitera D, Nesci FS. Globalization vs. Local. The Role of Street Food in the Urban Food System. *Procedia Economics and Finance.* 2015; 22: 716–22.
15. INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y vivienda (2010). 2012.
16. Comisión Nacional de Regulación del Transporte. Informe Estadístico Anual 2021 - Red Ferroviaria de Pasajeros del Area Metropolitana de Buenos Aires. 2021. 31 p.
17. Cravino MC. Entre el arraigo y el desalojo, la Villa 31 de Retiro: derecho a la ciudad, capital inmobiliario y gestión urbana. Los Polvorines, Prov. de Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de General Sarmiento; 2009. 240 p.
18. Bernard HR. *Research methods in anthropology: qualitative and quantitative approaches.* 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications; 1994. 585 p.
19. Retinaud P. Iramuteq: Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires. 2009. Disponible en: www.iramuteq.org
20. Camargo BV, Justo AM. IRAMUTEQ: Um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas Psicol.* 2013; 21(2): 513–8.
21. De Camargo Bini DL. Venta y consumo de alimentos en el circuito bajo de la economía: un estudio de caso en las calles de Buenos Aires (Argentina) en años prepandémicos del covid-19. *Ciência Geográfica.* 2024; 27(4): 2371–95.
22. Unger N, Mateos M, Ghezan G, Acuña AM. Diferencias entre Concepción y Práctica de la Calidad en la Empresas Agroalimentarias. En Buenos Aires: Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires; 2007.

Dr. Diego Díaz Córdoba  0000-0002-1524-3529

Lic. Sergio Guerrero  0009-0000-4212-1669

Como citar:

Díaz Córdoba, D y col. Descripción de la oferta de comida callejera en las centrales ferroviarias de la ciudad de Buenos Aires. *DIAETA (B.AIRES)* 2023; 41: e2304112