

# Tarjeta Alimentar: ¿qué define una mejor compra? ¿para quiénes? Operativo de implementación en la Provincia de Córdoba

Mariana Butinof<sup>1,2</sup>, María Daniela Abraham<sup>1</sup>, Juliana Huergo<sup>3,4</sup>

1. *Asignatura Epidemiología General y Nutricional, Escuela de Nutrición, Facultad de Ciencias Médicas, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina.*

2. *Asignatura Salud Comunitaria, Facultad de Ciencias Médicas, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina.*

3. *Instituto de Estudios en Comunicación, Expresión y Tecnologías (IECET), CONICET y Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina.*

4. *Asignatura Nutrición en Salud Pública, Escuela de Nutrición, Facultad de Ciencias Médicas, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina.*

Enviado: 10 de diciembre de 2022

Aceptado: 2 de marzo de 2023

Autora de correspondencia: Mariana Butinof. E-mail: mariana.butinof@unc.edu.ar

---

## RESUMEN

La Tarjeta Alimentar (TA) constituyó una estrategia del Plan Argentina contra el Hambre, direccionada a promover y fortalecer el acceso a la Canasta Básica de Alimentos de la población con pobreza de ingresos, en pos de mejorar la calidad nutricional de la alimentación. El operativo de entrega de la TA en la provincia de Córdoba, (27 febrero al 12 marzo de 2020), contó con la participación activa de la Escuela de Nutrición (UNC) en su planificación, ejecución y evaluación. Objetivos: Este trabajo se propone describir la población destinataria de la Tarjeta Alimentar en la provincia de Córdoba, y analizar los principales sentidos asociados a “la mejor compra de alimentos”. Métodos: abordaje cualitativo y cuantitativo (n=9571 mujeres). Técnicas: cuestionario semi-estructurado y talleres participativos. Análisis estadístico descriptivos, inferencial y de contenido de los principales sentidos sobre la “mejor compra de alimentos”. Resultados: marcada heterogeneidad en condiciones materiales de vida (necesidades básicas), servicios (red de agua instalada), equipamiento para cocinar (horno, heladera), sitios de compra (supermercados, comercios barriales, inaccesibilidad a alimentos variados), programas sociales estatales y comunitarios (comedores barriales, redes de apoyo). Sentidos que definen la “mejor compra”: adquisición de un alimento específico; buena relación costo/beneficio; cobertura de alimentación saludable; *darse un gusto*; alcanzar lo diario; alimentos inocuos; *buen trato*, elegir *dónde comprar*, cercanía. Conclusiones: esta política puede ser pensada como una “primera” compensación para achicar la brecha estructural alimentaria argentina. Nos interpela ¿qué implica “comer bien” para cada quién? Desde esta matriz de sentidos se define “la mejor compra”.

**Palabras claves:** políticas sociales, alimentación, sentidos, Córdoba

---

## Food card: what defines a better purchase? for whom? Implementation operation in the Province of Córdoba

### ABSTRACT

**Introduction:** The Food Card (TA, Spanish acronym) was a strategy of the plan Argentina Against Hunger aimed at promoting and strengthening access to the Basic Food Basket for the population living in poverty, in order to improve the nutritional quality of their diet. Distribution and implementation of TA in the province of Cordoba (February 27 to March 12, 2020) had the active participation of the School of Nutrition (UNC) in its planning, execution, and evaluation.

**Objectives:** The aim of this study is to describe the target population of the Food Card in the province of Cordoba and analyze the main implications associated with “the best food purchase.”

**Materials and methods:** A qualitative and quantitative approach (n = 9571 women) was used. Techniques included a semi-structured questionnaire and participatory workshops. Statistic, descriptive, inferential, and content analysis were conducted on the main implications regarding “the best food purchase.”

**Results:** There was marked heterogeneity in material living conditions (basic needs), services (installed water network), cooking equipment (oven, refrigerator), places of purchase (supermarkets, neighborhood shops, limited access to varied food), state and community social programs (community dining rooms, support networks). Implications that define the “best purchase” included: acquiring a specific food item; a good cost/benefit ratio; coverage of healthy food; treating oneself; meeting daily needs; safe food; good treatment; choosing where to buy; proximity.

**Conclusions:** This policy can be seen as a “first” compensation to reduce the structural food gap in Argentina. It raises the question of what “eating well” means for each individual. “The best purchase” is defined based on these implications.

**Keywords:** social policies, food, implications, Cordoba.

## INTRODUCCIÓN

La Tarjeta Alimentar (TA) constituyó una estrategia del Plan Argentina contra el Hambre, direccionada a promover y fortalecer el acceso a la Canasta Básica de Alimentos de la población con pobreza de ingresos<sup>1</sup>: madres o padres con hijos e hijas de hasta 14 años que reciben la Asignación Universal por Hijo (AUH); embarazadas a partir de los 3 meses que cobran la asignación por embarazo; personas con discapacidad que reciben la AUH; madres con 7 hijos o más que perciben Pensiones No Contributivas. Este Plan intentó fortalecer las acciones del Programa Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (Ley N° 25.724 / 2002) en el marco de la Ley de Emergencia Alimentaria Nacional (Ley 27.519/2019). Dichas acciones se enmarcan en el convenio de cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la agenda 2030, que firmó el gobierno argentino en 2018. El ODS 2 presenta como desafío: “Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible”. La Provincia de Córdoba cuenta con programas adicionales, en el marco de su política para brindar Seguridad Alimentaria a la población, especialmente destinada a niñas y niños recién nacidos y en edad escolar: ‘Más Leche, Más Proteínas’;<sup>2</sup> ‘Proyecto Salas Cunas’<sup>3</sup> y ‘Programa Asistencia Integral Córdoba’ (PAICor),<sup>4</sup> dependientes del Ministerio de Desarrollo Social. Asimismo, según se informa desde el gobierno provincial<sup>5</sup>, “estos programas se complementan con otras políticas públicas vinculadas al sector rural tales como ‘Buenas Prácticas Agropecuarias’ (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentos)<sup>6</sup> y ‘Fomentando Huertas’ (Secretaría de Ambiente y Cambio Climático, Ministerio de Agua, Ambiente y Salud Pública)”<sup>7</sup>. Si bien en dicha instancia

no se hizo alusión a la ‘Tarjeta Social’ (Ministerio de Desarrollo Social),<sup>8</sup> se considera parte de esta política.

Por otro lado, en 2019, desde la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) se pusieron en marcha dos iniciativas: “Red Alimentar” y “Campaña Comer Bien”. La primera, constituye un proyecto interactoral cuyo objetivo es: “promover una alimentación saludable... en el marco del difícil contexto socioeconómico que atraviesa el país (...) optimizando (...) decisiones de compras de alimentos e identificando los mejores precios en la zona de la ciudad de su conveniencia”. En cuanto a “Comer Bien”, el objetivo es: “...aportar al abordaje integral de la problemática del hambre y la malnutrición en la Argentina y (...) relevar los comedores y merenderos de la ciudad de Córdoba”. Para ello, se propusieron acciones de geolocalización y articulación en red. En diciembre 2019 se presentó un primer relevamiento de 305 espacios distribuidos en la provincia<sup>9</sup> que aportan a la alimentación de miles de personas, ofrecidos por organizaciones sociales, políticas, sindicales, familias y esfuerzos colectivos. Entre sus principales resultados se sostiene que: el 73,2% realiza otras actividades además de dar de comer, involucran a 2.255 personas en la tarea diaria de cuidar y alimentar; particularmente del género femenino. Las comidas son mayormente del grupo de los cereales: guisos, locros, estofados, tallarines, arroz, fideos, polenta, ñoquis, ravioles, canelones, pizza, tartas, empanadas. En algunos casos, acompañados con carne molida o pollo en la salsa. Dan de comer a alrededor de 22.275 personas (1).<sup>10</sup> Estas cifras se vieron severamente acrecentadas durante la pandemia, ante el cierre de las instituciones estatales y las dificultades económicas de las familias por no poder salir a trabajar, incrementando la demanda de cuidados alimentarios por parte de las organizaciones barriales (2).

En este complejo escenario, la TA como transferencia

1 Se implementó desde enero de 2020 al 26 de octubre de 2021, momento en que se incorporó a la Asignación Universal por Hijo (AUH) a través de la Resolución 1549/2021 del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Así quien sea portador/a de la tarjeta plástica puede retirar dinero en efectivo, de modo que las restricciones iniciales en su uso vía débito quedan sin efecto (destino netamente alimentario, exceptuando bebidas alcohólicas).

2 Los/as destinatarios son niños/as desde su nacimiento a los 11 años de edad, se les entrega leche entera y fortificada. El objetivo es: “garantizar la calidad nutricional de los chicos de la provincia de Córdoba que asisten a instituciones educativas provinciales, para promover su crecimiento, desarrollo, salud, seguridad alimentaria y rendimiento escolar”.

3 El objetivo es contribuir al desarrollo psico-social de niños/as entre 45 días y 3 años en situación de pobreza, a la inserción social y laboral de sus madres.

4 El objetivo es contribuir a la inclusión/permanencia educativa, al crecimiento-desarrollo de la población escolar en situación de pobreza, a partir de asistencia alimentaria y promoción de hábitos alimentarios “saludables”.

5 Parlamentos del Secretario de Integración Regional y Relaciones Internacionales

6 Subsidio destinado a productores/as cordobeses.

7 Destinado a “todos los habitantes de la provincia de Córdoba, sin distinción de condición social”. Actividades: capacitación y promoción, asistencia técnica y entrega de semillas.

8 Destinado a familias que se encuentran por debajo de la línea de indigencia. Asistencia económica canalizada a través de una tarjeta para la compra de alimentos en comercios adheridos al programa. Monto de marzo 2022: \$5000 pesos argentinos.

9 Villa Allende, Unquillo, Jesús María, La Calera, Salsipuedes, El Manzano, Juárez Celman, Colonia Caroya pertenecientes al Dpto Colón; Villa María, Villa Nueva del Dpto Gral. San Martín; San Francisco del Dpto San Justo; Bell Ville, Morrison, Frontera y Marcos Juárez del Dpto. Unión; Santa María, La Falda del Dpto. Punilla; Villa del Prado, Toledo y Alta Gracia, del Dpto Santa María; Hernando del Dpto. Tercero Arriba; Río Cuarto y Río Segundo, de los Dptos homónimos; Sebastián Elcano del Dpto Río Seco; Villa Tulumba y San José de la Dormida del Dpto Tulumba; San Vicente del Dpto. San Alberto; Deán Funes del Dpto. Ischilín

10 A su vez, durante la pandemia (2020-2021) se puso en marcha la campaña “Activemos Córdoba Solidaria”, organizada por UTEP - Unión de Trabajadores de la Economía Popular-, la Facultad de Ciencias Sociales, el Consejo Social de la FCS, la Facultad de Ciencias Económicas y los SRT. Por medio de donaciones se compraban alimentos a productores/as de la economía popular para ser distribuidos entre comedores/merenderos comunitarios de la capital cordobesa.

monetaria<sup>11</sup> intentó sumar a las economías familiares en pos de la calidad nutricional de la alimentación promoviendo el consumo variado de alimentos, especialmente frescos (hortalizas, verduras, carnes, lácteos, huevos).

El operativo de entrega de la TA en la provincia de Córdoba, (27 febrero al 12 marzo de 2020), contó con la participación activa de la Escuela de Nutrición (UNC) en su planificación, ejecución y evaluación. Esta comunicación se propuso el objetivo de describir la población destinataria de la TA y analizar los principales sentidos que se asocian a la “mejor compra de alimentos” por parte de la primera.

## MATERIALES Y MÉTODOS

El diseño del operativo de entrega de la TA y sus diferentes acciones, partió de un posicionamiento situado en el cruce de dos perspectivas epistemológicas: paradigma crítico o enfoque *developmentalism* que repara en una mirada socio-histórica de las macro-estructuras que condicionan a los sistemas alimentarios (relación entre la producción, distribución, preparación, consumo de los alimentos y sus implicancias en el estado de salud/nutrición); y paradigma interpretativista/simbólico que nos invita a reconocer el rol de la agencia humana en tales sistemas (3).<sup>12</sup>

El Universo estuvo representado por el conjunto de personas destinatarias de la TA de la provincia de Córdoba, N:116.953; durante el proceso de entrega, se implementaron n=9571 encuestas (9,2% del universo).

Técnicas de recolección de información:

a) Se diseñó e implementó un cuestionario semi-estructurado modulado, a partir de instrumentos nacionales utilizados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC); se indagaron datos socio-demográficos, familiares, saneamiento ambiental, equipamiento para cocinar, acceso físico a los alimentos, ayuda alimentaria, consumo alimentario de los últimos seis meses, comida preferida, concepciones acerca de las frutas y verduras. Se aplicó mediante formulario google. Previamente, se realizó una prueba piloto con 20 personas que permitió ajustar la redacción y el

tiempo de aplicación (duración final: un minuto y medio). Cada cuestionario fue completado en línea por encuestadoras/es presentes en los espacios de distribución de la TA (estudiantes avanzados de la Licenciatura en Nutrición, UNC).

Tratamiento de datos: se realizaron análisis descriptivos mediante la construcción de tablas de distribución de frecuencias, y se calcularon medidas resumen. Se utilizó estadística inferencial, Análisis Factorial de Correspondencias Múltiples (AFCM) y modelos de regresión logística múltiple con un nivel de confianza del 95% y un error tolerable del 5%. Complementariamente, se utilizó el programa Jupyter Notebook para la generación de visualizaciones gráficas de contenido: nubes de tags, nubes de palabras, nubes de etiquetas.

b) Se implementaron talleres, de los que fueron invitadas a participar todas las personas que retiraron la TA. El disparador de la actividad fue: “La mejor compra es...” Los talleres permitieron recuperar algunos sentidos sobre lo que implica una “compra saludable” y poner a disposición información sobre alimentación saludable y uso de la tarjeta AlimentAR. Tuvieron una duración entre 15 y 20 minutos, y alrededor de 30 participantes cada uno. La actividad fue coordinada por Licenciados/as en Nutrición, quienes registraron los intercambios en afiches y fotografías.

Para el análisis de los materiales producidos en los Talleres se sistematizó la información de los 360 afiches generados en el interior provincial. Este recorte respondió a la posibilidad de acceder al material en tiempos de aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO) producto de la pandemia (las instituciones estuvieron cerradas). Se realizó un análisis de contenido (4) que permitió describir y cuantificar los principales sentidos que se asociaron a la “mejor compra de alimentos” por parte de la población destinataria de la TA.

## RESULTADOS

La distribución de la TA fue organizada según el número de habitantes de cada departamento provincial (n=26) y la disponibilidad de sucursales del Banco Nación, según lo definido por el Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de Córdoba. El departamento capital concentró el 48% de las entregas y el interior el 52% restante.

Durante la primera etapa de implementación fueron destinatarias 118.919 personas (99% mujeres), representando 153.847 niñas/os de hasta 6 años y

<sup>11</sup> En monto asignado en marzo de 2020 corresponde a: Familias con un hijo de hasta 14 años de edad o discapacitado: \$ 4000; Familias que tienen 2 hijos de hasta 14 años de edad o discapacitados: \$ 6000; Familias con 3 hijos o más, menores de 14 años de edad o discapacitados: \$9000. En abril de 2022, mediante la Resolución 371/2022, se actualizaron los montos de la prestación con un incremento del 50%: \$9000 para titulares con un niño o niña menor de 14 años, \$13500 en el caso de 2, y \$18000 en el caso de 3 o más.

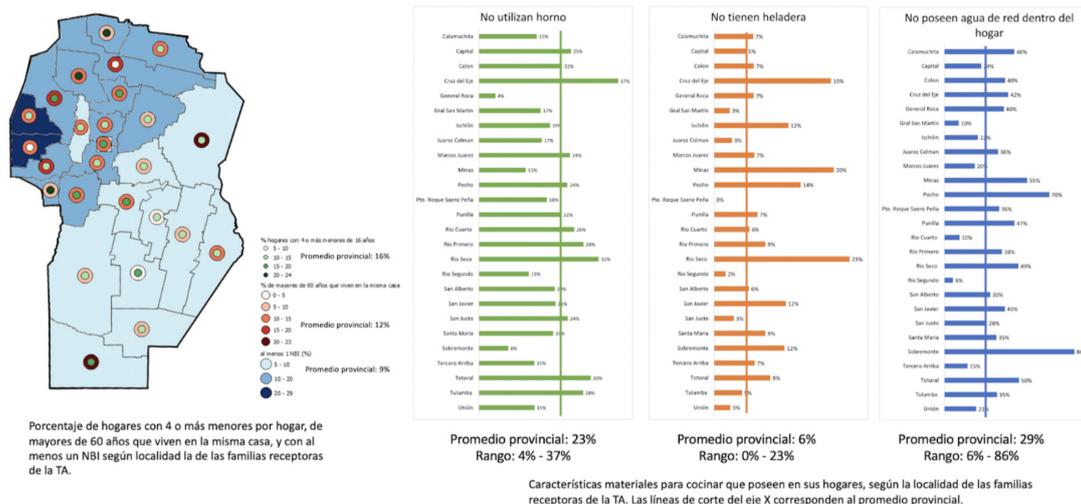
<sup>12</sup> Más allá de los constrañimientos materiales, las poblaciones están conformadas por actores sociales (agentes) que participan e inciden en la vida social; existen márgenes para la toma de decisiones aún en situaciones límite.

embarazadas. Cabe destacar que en mayo de 2021 se amplió la cobertura hasta los 14 años y a personas con discapacidad de todas las edades.

**Caracterización de las familias receptoras de la TA-Córdoba**

Las características de las familias receptoras difieren por departamento (figura 1): aquellos con color azul más oscuro son los que presentan el mayor número de hogares con al menos una necesidad básica

insatisfecha (NBI). Se analizó la composición de los hogares en términos de cantidad de niñas/os menores de 16 años (4 o más niños/as) y la presencia de personas adultas mayores de 60 años convivientes, observándose también diferencias según departamento. En relación a los servicios, en el conjunto provincial, el 29% no cuenta con agua potable de red dentro de su hogar y respecto al equipamiento para cocinar, un 23% no dispone de horno y el 6% carece de heladera.

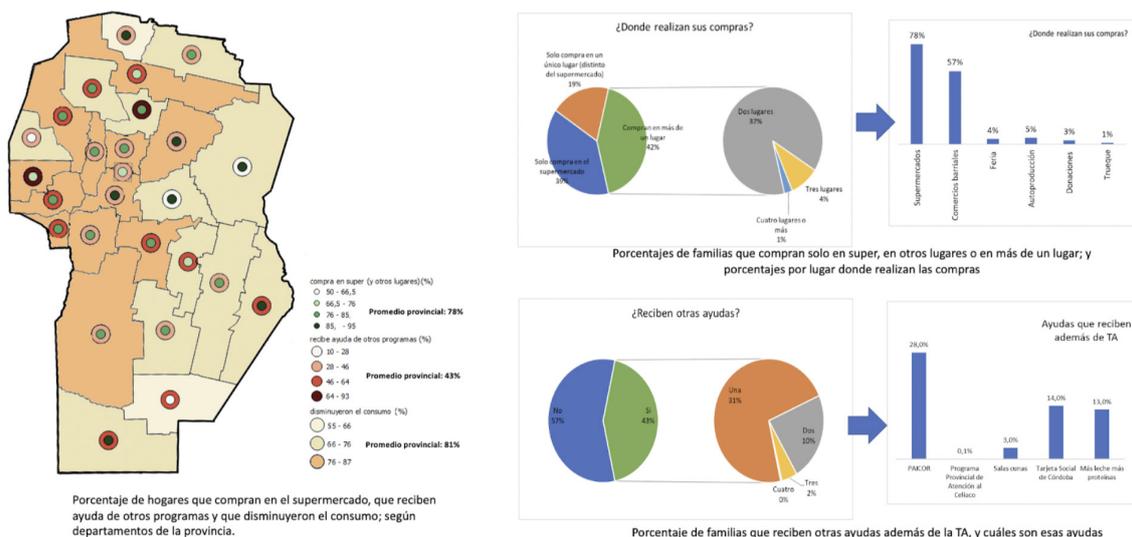


**Figura 1:** Características de las familias receptoras de la TA en la provincia de Córdoba y condiciones materiales para cocinar.

Asimismo, en la figura II se representan los lugares habituales de acceso a los alimentos por parte de las familias. Casi el 80% realiza compras en grandes superficies y el 57% también en comercios barriales. Una proporción inferior al 5% produce alimentos en su hogar (autoproducción). Entre las razones para seleccionar el lugar donde realizan las compras, se mencionaron: la importancia de poder “elegir dónde comprar”, “su cercanía del hogar”, “poder viajar a pueblos vecinos para ir a hipermercados o ferias con más ofertas”, “buena atención del comerciante”,

“que no te juzgue al usar una tarjeta que da el estado”, “higiene del negocio”. Respecto de los comercios barriales, se señaló la posibilidad del “fiado”<sup>1</sup>. A su vez, el 43% de los hogares recibe otra ayuda - de programas provinciales - situación que tiene su concentración en los departamentos con mayores niveles de pobreza económica. El 28,3% de las familias son beneficiarias de más de una ayuda alimentaria.

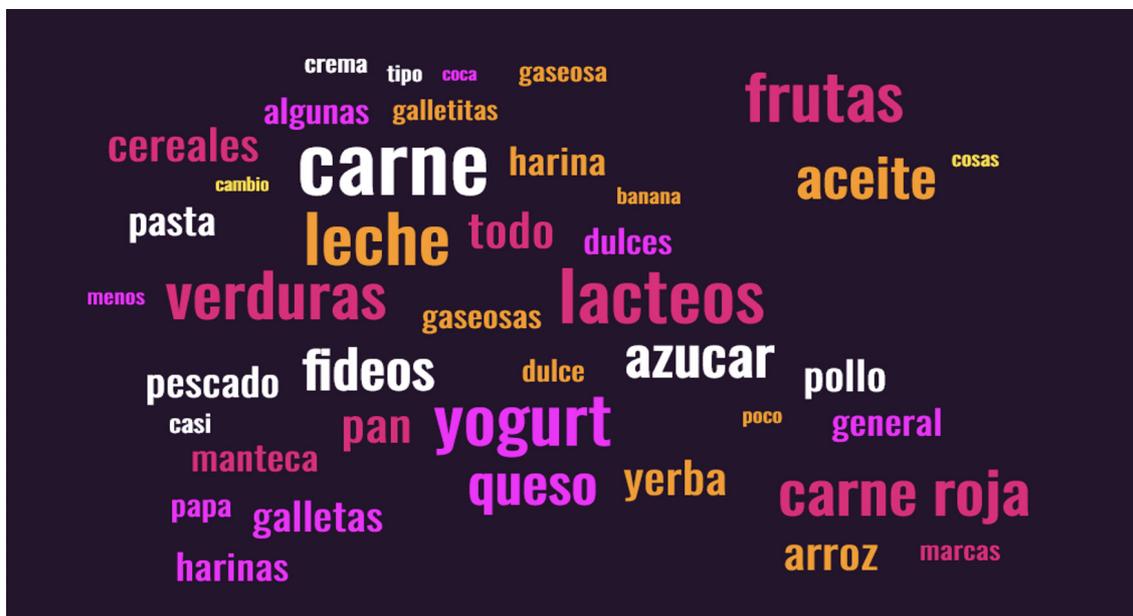
<sup>1</sup> Modalidad de compra a crédito en base a vínculos de confianza, sin pago inmediato.



**Figura 2:** Características de las familias receptoras de la TA: lugar de compra habitual de alimentos, otras ayudas para la alimentación y disminución de consumos alimenticios.

El 81% de las familias mencionaron que dejaron de consumir algún alimento por motivos económicos en los últimos meses de 2019. Entre los productos destacados por su disminución sostenida en el consumo sobresalen los grupos de carnes (principalmente de vaca, pollo y cerdo). En

segundo lugar aparecen los lácteos, particularmente la leche fluida y el yogur. En los talleres también se menciona la ausencia del queso (en todas sus formas) en las comidas familiares (figura III). Las frutas y verduras aparecen como el tercer grupo con mayor disminución en el consumo.



\*Uso de nube de tags (nube de palabras)

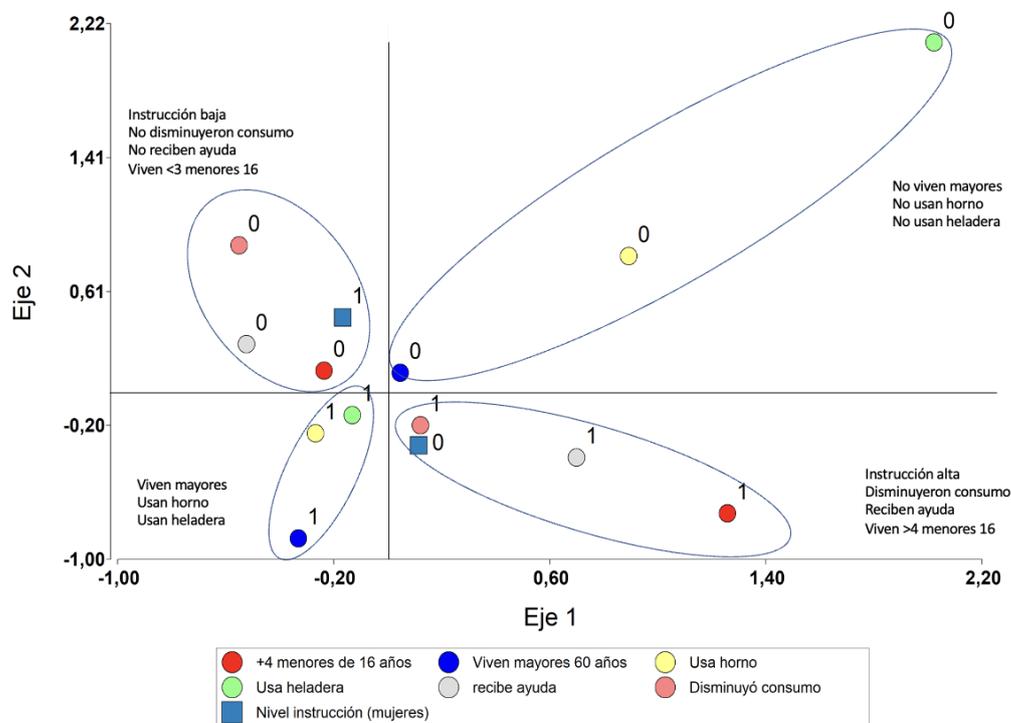
**Figura 3:** Representación de las palabras más usadas para detallar el tipo de alimento que disminuyó el consumo por el precio en los últimos 6 meses previos a la pandemia.

Respecto a las características y los condicionantes de las familias destinatarias vinculadas con la alimentación de los hogares, a través de un análisis factorial de correspondencias múltiples (figura IV),

observamos que en los dos cuadrantes superiores se agrupan aquellas con mayores restricciones: en el cuadrante superior izquierdo se ubican aquellas con alto porcentaje de mujeres con instrucción más

baja, que no disminuyeron su consumo de alimentos, que no reciben ayuda suplementaria y en las que viven más de 3 personas menores de 16 años. En el extremo superior derecho se agrupan aquellas donde no viven adultos mayores, no usan horno ni

heladera. En los cuadrantes inferiores se observa que las familias que viven con adultos/as mayores poseen horno y heladera, reciben otras ayudas, reconocen disminución en su consumo y presentan mayor nivel de instrucción.



**Figura 4:** Análisis de condiciones de las familias destinatarias de la TA vinculados con la alimentación de los hogares (AFCM)

Complementariamente, desde un Análisis de regresiones múltiples (tabla I), se encontró que los núcleos familiares con 4 o más niños/as menores de 16 años tienen menor probabilidad de usar heladera y mayor probabilidad de recibir ayudas

complementarias y disminuir su consumo. En tanto que los/as que conviven con adultos/as mayores de 60 años tienen mayor probabilidad de usar horno y poseer heladera en la vivienda.

**Tabla N° 1:** Condicionantes de las familias destinatarias de la TA vinculados con la alimentación de los hogares

**Familias con más de 4 menores de 16 años**

|                              | O.R. | IC 95%    | P-valor |
|------------------------------|------|-----------|---------|
| Viven con mayores de 60 años | -    | -         | 0,976   |
| Usan horno                   | -    | -         | 0,459   |
| ➔ Usan heladera              | 0,65 | 0,52-0,80 | <0,001  |
| ➔ Compran en el supermercado | -    | -         | 0,312   |
| ➔ Reciben ayuda              | 2,35 | 2,09-2,64 | <0,001  |
| ➔ Disminuyeron el consumo    | 1,19 | 1,02-1,39 | 0,026   |

**Familias que conviven con mayores de 60 años**

|                            | O.R. | IC 95%    | P-valor |
|----------------------------|------|-----------|---------|
| Más de 4 menores de 16     | -    | -         | 0,993   |
| ➔ Usan horno               | 1,17 | 0,99-1,36 | 0,055   |
| ➔ Usan heladera            | 1,93 | 1,37-2,72 | <0,001  |
| Compran en el supermercado | -    | -         | 0,176   |
| Reciben ayuda              | -    | -         | 0,979   |
| Disminuyeron el consumo    | -    | -         | 0,565   |

### ***Sentidos que definen “la mejor compra”***

Los “sentidos” que definen la “mejor compra de alimentos” se han agrupado en siete categorías a partir del análisis de contenido realizado sobre los afiches producidos en los talleres del interior provincial. Se presentan según el orden decreciente de mención, la “*mejor compra es...*”:

1. Aquella que permite la adquisición de un tipo de alimento específico, sobre todo “carne”, “verduras”, “frutas” y “leche”. Esta categoría -en sus distintas variantes alimentarias- emergió 2417 veces. La carne de vaca se mencionó 244 veces, siendo la más alta en repeticiones. Le siguen las verduras y las frutas, 213 y 203 veces respectivamente, y la leche (153 veces). En el rango de la centena de referencias se destacan los fideos y el arroz (110 veces) y el yogur (104 veces). Luego, el aceite aparece señalado 76 veces, el azúcar (73), los cereales para merienda o desayuno (66), el queso (62), las galletas para la merienda escolar de los/as niños/as (59), harina (58) y jugos (52), como los más destacados.

2. Aquella que propone una buena relación costo/beneficio: “económico”, “calidad”, “cantidad”, “compra rendidora”, “compra con lista”, “ofertas y descuentos”. Esta categoría - en sus distintas variantes- emergió 535 veces. La (in)accesibilidad alimentaria para las mujeres se define en términos de: relación ingresos/precios, alimentos que “llenen a menor precio”, dificultades en cuanto a acceso físico dado que “no hay verdulerías por mi barrio, tampoco en las cercanías”, “no tener negocios con promociones cerca”, “no tener opciones de compra saludables en el barrio”. A esto se suma, la necesidad -y el derecho- de poder comprar alimentos en “buen estado”.

3. Aquella que cubre los requisitos de una alimentación saludable: “nutritiva”, “sana”, “que da salud”, “que hace bien”, “variada”, “dietas especiales” (sin gluten, deslactosada, obesidad). Esta categoría -en sus distintas variantes- emergió 259 veces. Las respuestas estuvieron acompañadas de las palabras chicos/niños/hijos, asociando este grupo de alimentos con las infancias y las adolescencias: “las verduras y frutas tienen vitaminas y minerales para el crecimiento de mis hijos”, “las frutas para el verano”, “las frutas como postre”, “las verduras se pueden usar en muchas comidas”, “alimentan”, “menos paquetes y más comida casera” “lo que tienen que comer los chicos” “buenos alimentos, buenos para la salud”. Las respuestas expresan una gran diversidad de palabras vinculadas al acceso físico y económico que resulta posible según

posición y condición de clase, al gusto construido y a sus cualidades nutricionales.

4. Aquella que permite darse un gustito en relación a lo hedónico y a lo afectivo: “darse una satisfacción”, “algo rico”, “respetar los gustos”, “que sea en familia”, “darle un gustito a los niños”, “poder elegir qué comprar”, “salir del sentimiento de tristeza de que no alcance”. Esta categoría emergió 99 veces. Particularmente vinculado a priorizar los gustos y preferencias familiares a la hora de elegir qué es lo culturalmente percibido como “rico”. La celebración de “poder elegir y compartir” con los suyos se trama con emociones de “alegría” y “satisfacción”. Al consultar por la comida preferida en las encuestas, los alimentos protagonistas son las “carnes”, “papa” y “pastas”. Como plato frecuentemente referido resalta la “milanesa”, principalmente con puré. Seguidamente emergen las “pastas”, los “asados”, los “guisos” y las “pizzas”.

5. Aquella que cubre lo diario, lo necesario para la supervivencia: “lo básico”, “que llenen”. Esta categoría -en sus distintas variantes- emergió 81 veces.. Para sortear las dificultades de apropiación alimentaria, “la mejor compra alimentaria” remitió 76 veces a aquella vinculada a cubrir “lo diario”, “la necesidad”: “cubre necesidades básicas”, “es la realidad del hogar”, “hay que sobrevivir”, “lo justo y necesario”, “para mis hijos”, “lo que me hace falta en el día”, “lo básico es: leche, carne y verduras”, “aceite, leche y azúcar es lo básico”, “lo que más consumimos”, “es lo que más comemos”, “que llenen”. El ir a comprar y que no alcance, sobre todo aquello para la salud de los/as niños/as, se vivencia con “tristeza”, “impotencia” y “enojo”.

6. Aquella que permite la adquisición de alimentos inocuos y en buen estado: “ver la fecha de vencimiento”, “guardarlos por mucho tiempo”. Esta categoría -en sus distintas variantes- emergió 62 veces.

7. Aquella que se enfoca en el comercio: “buen trato”, “poder elegir dónde comprar”, “cercanía”. Esta categoría -en sus distintas variantes- emergió 29 veces.

Asimismo, otros elementos que hacen a la “mejor compra” no vinculados a alimentos fueron referidos, entre ellos, pañales, productos de higiene personal y del hogar, garrafas para cocinar.

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

Previo a la pandemia, las condiciones de vida en la sociedad Argentina ya se encontraban en fuerte proceso de deterioro<sup>13</sup>, considerando el aumento de la pobreza monetaria que acompañó la crisis económica del milenio precedente (7). La irrupción de la pandemia por COVID-19, instaló un escenario inédito, alcanzando en 2020 el tercer año consecutivo de ascenso de la pobreza (44,7%). El aumento de los precios de la canasta de consumo continuó avanzando, las fuertes restricciones a la movilidad limitaron y/o afectaron tanto procesos de trabajo como pautas de consumo.

El análisis realizado en este trabajo, evidencia una marcada heterogeneidad de las familias destinatarias de TA en el territorio provincial en cuanto a condiciones materiales de vida, servicios, equipamiento para cocinar, sitios de compra, programas sociales estatales y comunitarias, tensionando la aparente homogeneidad de los criterios de admisibilidad al programa.

La mayoría de las entrevistadas coincide (81%) en haber dejado de consumir algún alimento por motivos económicos durante el 2019, (particularmente carnes y lácteos). En los talleres, las participantes hicieron especial referencia a las frutas y las verduras como alimentos saludables y deseables en las comidas familiares en relación a las infancias y adolescencias, seguidamente de la carne y antes que los lácteos. Frutas y verduras abren un gran abanico de posibilidades en su interior: ¿cuáles? Su respuesta conjuga posibilidades de acceso físico en base a lo disponible en negocios barriales, de acceso económico y de acceso sociocultural acerca de lo que se define como “bueno de comer”.

Si bien los talleres promovieron un clima distendido, las mujeres participantes tenían información acerca del énfasis del programa en la “adquisición de alimentos frescos” y recomendaciones que la compra debía cumplir. Resulta pertinente preguntarnos: ¿han sido las respuestas elaboradas para la coordinadora del taller [nutricionista, representante del mensaje que promueve la TA]? La información sobre alimentación saludable no define las dietas familiares, el discurso médico nutricional era conocido por

la mayoría de las participantes (8). Al iniciar la conversación sobre la “mejor compra”, ingresaron los condicionantes en los relatos: el precio “caro”, no poder elegir qué comer, depender de la asistencia estatal, la falta de acceso físico, sobrevivir con lo diario, hacer malabares para comer, priorizar a los/as niños/as frente al faltante alimentario, sentirse juzgadas cuando se compra con recursos del Estado, la necesidad de adquirir alimentos en buen estado, las redes solidarias intra-familiares, el poder darse un gustito de vez en cuando, etc. Todo ello se conjuga para definir el repertorio alimentario cotidiano, además de la información alimentaria-nutricional disponible, surgiendo así, de los intercambios generados entre participantes y profesionales aprendizajes culinarios: recetas y consejos sobre el uso de alimentos como por ejemplo preparaciones con legumbres.

Una evaluación del impacto de la TA en la inseguridad alimentaria de los hogares argentinos llevada a cabo al año de su implementación (9), puso en evidencia que los hogares receptores de TA registran menor propensión a la indigencia y se encuentran sustantivamente más protegidos que los hogares pobres no destinatarios. Respecto de la infraestructura para la preparación, mantención y consumo de alimentos (disponibilidad de cocina con horno o heladera con freezer), los hogares con TA tienen mayor vulneración que el conjunto de los hogares con niños/as, en tanto la presencia de adultos/as mayores de 60 años en los hogares con TA se relaciona con mayor probabilidad de usar horno y poseer heladera en la vivienda. En cuanto a la planificación de la compra, casi la mitad de los hogares que reciben TA expresa un tipo de hábito de compras que darían cuenta de la posibilidad de planificación del consumo familiar (compras semanales, quincenales o mensuales), situación menos presente en los hogares pobres no destinatarios. Y respecto de hábitos alimentarios de niñas/os, quienes viven en hogares con TA tienen menor propensión al déficit en la calidad del desayuno, tienen más chances de tener un consumo adecuado o aceptable de frutas, lácteos, pastas y carnes que los niños/as de hogares pobres no destinatarios. Sin embargo, tienen más propensión al déficit que el total de los niños/as argentinos.

Es aceptado que el impacto de la TA representó un importante aporte al consumo mensual alimentario de las familias (10), aunque la mitad de estos consumos no respondía a las recomendaciones

13 De acuerdo al Centro de Investigaciones Participativas en Políticas Económicas y Sociales (CIPPES) (5), en el segundo semestre del 2018, la incidencia por pobreza e indigencia en la población de 0 a 17 años de nuestro país fue de: 48,47% (prácticamente la mitad de los niños/as y adolescentes argentinos) y 10,98% respectivamente. Sin embargo, en el caso de la provincia de Córdoba, la tasa de pobreza para ese gran grupo etario ascendió a 56,65%. La cifra es 8,2 puntos porcentuales superior al dato nacional y ubica a la provincia cuarta entre las provincias con mayor nivel de pobreza después de Chaco (64,63%), Corrientes (61,76%) y Santiago del Estero (58,29%) (4). En 2019 datos ofrecidos por el Observatorio de la Deuda Social (UCA) reflejan que el índice de pobreza e indigencia en el mismo grupo poblacional fue de 59,5 % y 13,1 % respectivamente (6).

nutricionales que promocionan las guías alimentarias para la población Argentina (GAPAS). Asimismo, organismos oficiales (11) destaca como desenlaces positivos de la TA la amortiguación de la caída a la inseguridad alimentaria por parte de los hogares pobres, aumento sustancial de la cantidad de comidas diarias a las que acceden niños, niñas y adolescentes, fortalecimiento del comer en casa, inyección de dinamismo en la economía local, aunque indica también que esta política no se ha consolidado como herramienta de mejora de la calidad de las dietas, ni del desarrollo y crecimiento de las infancias y adolescencias, señalando que la mayoría de los/as titulares de la TA no recibieron información suficiente ni participaron en actividades de Educación Alimentaria Nutricional.

Otro estudio que abordó las brechas alimentarias y de calidad nutricional de los consumos de familias receptoras de TA (12); expone que los hogares con niños/as y adolescentes presentan consumos muy bajos de alimentos de mejor calidad nutricional: legumbres, cereales integrales y granos, frutas, hortalizas no feculentas y lácteos. Se destacan dos excesos dietarios característicos: alimentos ocasionales -fuertemente concentrados en bebidas azucaradas y sólidos también con azúcar- y productos farináceos -harinas, pan, pastas y papa-.

Cabe destacar que la canasta alimentaria saludable presenta un costo 50% mayor que la canasta alimentaria básica definida por INDEC. Los ajustes intra-familiares en materia alimentaria nutricional (restricciones) han instalado un horizonte de comestibilidad cultural posible. Una práctica de consumo comunica cómo queremos integrarnos a la sociedad, qué es lo públicamente valioso, cómo nos queremos distinguir y cómo amalgamamos lo posible con lo deseable (13). Ante un presupuesto escaso, no se puede salir de este último punto. Hay que elegir y priorizar qué comprar: alimentos que llenen - ahí aparecen los fideos y el arroz -. Frente a la posibilidad de “elegir” aparece la carne como lugar de integración a una sociedad que la tiene como marcador de la tradición culinaria nacional. Y, algunas “marcas comerciales” que simbolizan calidad desde el discurso publicitario avalado por el discurso médico-nutricional.

Este trabajo nos deja el compromiso de trabajar sobre el siguiente interrogante ¿qué implica “comer bien” para cada quién? Es desde esta matriz de significados que se desprende una multiplicidad de sentidos sobre lo que se considera “la mejor compra”. Más allá

de una cultura alimentaria nacional en común, las prácticas alimentarias presentan saberes y sabores que difieren por condicionantes geográficos, socio-económicos, culturales, afectivos, generacionales, edificios/de infraestructura. Estas son algunas de las principales barreras a sortear por parte de las políticas alimentarias y su componente de Educación Alimentaria Nutricional (14).

A partir de octubre de 2021 (Resolución 1549/2021), la TA se incorpora a la AUH: el monto asignado para cada beneficiario/a se deposita en la misma cuenta y fecha en que se cobran las demás prestaciones sociales, impartiendo un cambio en el sentido de esta política alimentaria. Se elimina así el mecanismo de monitoreo de las compras de alimentos. Empero, la TA puede ser pensada como una primera compensación que tendió a achicar la brecha estructural alimentaria argentina. El desafío radica en poder expandir accesos dignos a los alimentos como un derecho ciudadano (15). Y, fundamentalmente, que en el diseño y la evaluación de políticas públicas se interrogue acerca de qué tipo de alimentos, con la tarea de maniobrar para disminuir las brechas no sólo en el acceso a los alimentos, sino asegurar además que alimentos sanos, seguros y soberanos estén al alcance de todos y todas.

## BIBLIOGRAFÍA

- 1 Huergo J, Abraham MD, Butinof M. Informe técnico: “Entrega de la Tarjeta Alimentar en la Provincia de Córdoba”. Proyecto de cooperación interactoral para la implementación del Plan Argentina contra el Hambre [Tarjeta AlimentAR] en la Provincia de Córdoba Convenio entre el Ministerio de Desarrollo Social, Provincia de Córdoba y la Escuela de Nutrición, Universidad Nacional de Córdoba. 2020.
- 2 Bainotti F, Busleimán M.V. Coreografías del cuidado en barrios socio-segregados de la ciudad de Córdoba: familias y organizaciones comunitarias”, en Tuñón I, Huergo J, Ibáñez I (Coord), Dossier Experiencias de infancias y prácticas de cuidado en tiempos de pandemia, Cuadernos del CIPeCo, Vol. 1 N°2, ISSN 2796-8383. 2021
- 3 Contreras Hernández, J. y Arnaiz, M. Alimentación y Cultura: Perspectivas Antropológicas. Barcelona: Editorial Ariel. 2005.

- 4 Sampieri Hernández, R. et al. Recolección de datos cuantitativos. En: Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill. 2005.
- 5 CIPPEs. Crecimiento y profundización de la pobreza en la provincia de Córdoba [en línea]. Córdoba: CIPPEs 2019. Disponible en: <http://www.cippes.org/noticia/25/crecimiento-y-profundizacion-de-la-pobreza-en-l-provincia-de-crdoba>
- 6 ODSA-UCA. La pobreza como privación más allá de los ingresos (2010-2019). Evolución de carencias monetarias y no monetarias a lo largo de la última década. 2020. Disponible en: <https://uca.edu.ar/es/noticias/la-pobreza-mas-alla-de-los-ingresos-informe-sobre-pobreza-multidimensional-2010-2019>
- 7 Salvia, A.; Bonfiglio, J.I.; Robles, R.; Vera, J. Efectos de la pandemia COVID-19 sobre la dinámica del bienestar en la Argentina urbana. Una mirada multidimensional acerca del impacto heterogéneo de la crisis tras una década de estancamiento económico (2010-2020). Documento Estadístico– Barómetro de la Deuda Social Argentina - 1ª ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Educa. 2021.
- 8 Gracia-Arnaiz M. Comer bien, comer mal: la medicalización del comportamiento alimentario. Salud Publica Mex 2007;49:236-242
- 9 Tuñón, I.; Poy, S. y Salvia, A. La tarjeta ALIMENTAR a un año de su implementación. Una caracterización sociodemográfica, socio alimentaria y socioeconómica de los hogares destinatarios. Documento de investigación– Barómetro de la Deuda Social Argentina - 1ª ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Educa. 2021.
- 10 Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Reporte de Monitoreo. Tarjeta Alimentar – 4º trimestre 2020. SIEMPRO.
- 11 UNICEF, Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Evaluación de la Tarjeta Alimentar. Síntesis ejecutiva. Buenos Aires: UNICEF. 2022. Disponible en: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/04/tarjeta\\_alimentar\\_unicef\\_mds\\_02\\_jun\\_2022.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/04/tarjeta_alimentar_unicef_mds_02_jun_2022.pdf)
- 12 Britos S., Albornoz M. Calidad de dieta en hogares con niños, niñas y adolescentes y calidad nutricional de los consumos con la Tarjeta Alimentar. Ponencia presentada en las XVI Jornadas Argentinas de Estudios de Población III Congreso Internacional de Población del Cono Sur. 2021.
- 13 García Canclini N. El consumo sirve para pensar. En: García Canclini: Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México: Grijalbo. 1995.
- 14 Ibañez, I.D.; Huergo, J. Encima que les dan, eligen, políticas alimentarias, cuerpos y emociones de niños/as de sectores populares. Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad. Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad; 8; 7-2012; 29-42.
- 15 Danani, C. La gestión de la política social: un intento de aportar a su problematización. En: Repetto F., Chiara V, Di Virgilio M (Coord). Gestión de la política social: conceptos y herramientas. Buenos Aires: Prometeo. 2009.

**Agradecimientos:**

Agradecemos a la Escuela de Nutrición de la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad Nacional de Córdoba y al Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de Córdoba por permitirnos difundir este trabajo.