



12° CONGRESO ARGENTINO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

La Plata, junio y septiembre de 2021

GT11: Estado, políticas públicas y cultura: Agendas institucionales y sus desafíos actuales

Enredados: análisis reticular de experiencias de comercialización de artesanías textiles en el Noroeste Argentino

Maria Eugenia Lodi. Instituto Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. lodimariaeugenia@gmail.com

Resumen

El trabajo se propone aportar a la temática de la comercialización de artesanías a partir de una modalidad específica de organización en red - o redes de redes - de artesanas y artesanos. A diferencia de otras experiencias, donde la participación está orientada por vínculos personales, esta modalidad propone la organización colectiva de lxs artesanxs en los procesos de producción y comercialización de textiles artesanales. Esta forma particular de organización se vincula con las perspectivas del desarrollo con identidad, donde la cultura es vista como un recurso económico, en tanto se inserta en patrones contemporáneos de consumo que valoran lo “étnico” o “ancestral”. Estas perspectivas son promovidas por diversos organismos como instituciones gubernamentales, organismos internacionales, agencias de cooperación y ONGs en el marco de programas de fomento artesanal con el fin de mejorar las condiciones socioeconómicas de las comunidades.

En este caso el análisis se centra en uno de los dos agentes de comercialización basados en la modalidad “red” con los que vengo realizando mi trabajo de campo: Makiwan (Quebrada y Puna - NOA - Jujuy). Makiwan es una iniciativa reciente creada por el Ministerio de Producción (2016 -2019) mediante el Programa Nodos de

Innovación Social, orientado a emprendimientos sociales insertos en entramados productivos de la Economía Popular. El propósito era gestionar un centro de comercialización de textiles artesanales en la región. Es una red de redes, ya que reúne diferentes comunidades y redes del sector, entre los que se encuentra la Red Puna, una organización de base que surge a mediados de la década de 1990 con la creación de una estructura social, de carácter regional, que además se identifica como campesina e indígena.

Se presenta en esta ponencia los avances en la caracterización de la red de comercialización de textiles artesanales Makiwan, a partir de la aplicación de una herramienta específica, el Análisis de Redes Sociales (ARS). Dada la complejidad del entramado de organizaciones, es necesario detenerse a reflexionar sobre la construcción del dato etnográfico y reticular en relación a los aspectos formales de organización y formas de participación de los diferentes agentes.

Palabras clave: *Artesanías; Comercialización; Análisis de Redes Sociales (ARS); Dato etnográfico*

Introducción

Este trabajo recupera los avances de un proceso de investigación desarrollado en el marco de posgrado en Antropología Social. La pregunta que dio origen a esta ponencia fue cómo abordar desde un enfoque formal como el ARS el estudio de las redes de cooperación que utilizan esta noción para definir su forma de organización y/o existencia. Lejos de proponer una respuesta acabada, el objetivo del texto es acompañar el camino del proceso de construcción del objeto de investigación en el campo artesanal, en términos del dato etnográfico (Agar, 2006; Guber, 2001; Ingold, 2017) y del dato reticular (M. del P. Castro, 2015, 2016; Cueto et al., 2020).

La tesis de maestría tiene como objetivo general analizar los procesos de comercialización de los textiles artesanales en la Quebrada de Humahuaca en torno a la modalidad “redes de redes”. La primera hipótesis sostiene que si bien a través de la estrategia de las redes se apunta a la participación comunitaria en las

condiciones de comercialización, la instancia mercantil sigue siendo dominante en el establecimiento de las condiciones de comercialización de las artesanías. Las redes recurren a mediadores técnicos que transforman o adaptan los productos acordes a las diferentes pautas de consumo. La segunda hipótesis afirma que es en la circulación de bienes culturales, experiencias e informaciones donde se crea un valor simbólico en torno a lo andino que adquiere relevancia en los procesos de comercialización. La construcción de lo andino está ligada a la construcción y reproducción ciertos significados en torno a las piezas, tales como su carácter "tradicional" o "auténtico" y donde el discurso de la preservación es movilizadado desde las estrategias de comercialización.

Para comenzar me gustaría comentar algunas cuestiones sobre el plan de trabajo inicial junto a las transformaciones contextuales y considero que ilustra las complejidades que atraviesa lo que coincidimos en llamar oficio antropológico.

El problema de investigación fue sucesivamente recortado como resultado, entre otras cosas, de las devoluciones y correcciones que el cuerpo docente de la Maestría¹ me fue brindando durante la cursada. El trabajo de campo, inicialmente pensado exclusivamente en el ámbito digital, fue delineando la necesidad de incorporar la presencia y permanencia en el territorio. En el 2018 inicié los contactos con algunos referentes del área y asistí a eventos que las redes estudiadas organizaban en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En el 2019 realicé dos visitas de una semana de duración cada una en los meses de mayo y junio durante las cuales entré en relación con investigadores del Instituto Interdisciplinario de Tilcara (FFyL - UBA), equipos técnicos y referentes de las redes de comercialización. El plan original era volver más intensivamente durante el 2020 para poder participar de diferentes instancias y especialmente profundizar los vínculos construidos durante las primeras estadías. Por obvias razones, el escenario real terminó siendo completamente distinto al escenario proyectado.

Tal como lo recogen los diversos informes sobre los impactos del COVID-19 en las relaciones sociales y vida cotidiana, los ingresos y el empleo, el acceso a la justicia y

¹ Todas las devoluciones de los trabajos fueron de utilidad para ir mejorando y precisando distintos aspectos de la problemática trabajada. Especial agradecimiento al acompañamiento recibido de Cecilia Benedetti y Mora Castro quienes mejoran sustancialmente mi trabajo gracias a sus observaciones y comentarios.

los derechos territoriales y el acceso a la educación (Lucía Aljanati et al., 2020) . Así como los efectos específicos de las medidas sanitarias en el campo artesanal como las reconfiguraciones de los lazos sociales, de las formas de comercialización y los problemas de acceso a la virtualidad (Aramayo et al., 2020; Orellana, 2020).

Las medidas de aislamiento frente a la pandemia mundial de COVID-19 provocaron la virtualización-digitalización de la vida cotidiana, con los consecuentes cambios en el objeto de estudio y limitaciones del acceso al campo. Este contexto hizo necesario para la mayoría de lxs investigadorxs, incorporar al trabajo etnográfico prácticas como la etnografía digital, otras formas de observación participante. Dentro del campo disciplinar encontramos un área específica dedicada a la antropología de las digitalidades que dejamos de lado por cuestiones de espacio, pero que profundizamos en otros trabajos (Lodi & Scanio, en prensa). A continuación, vamos a presentar algunas definiciones en torno al campo artesanal y la comercialización de artesanías, la etnografía y el ARS. Para esto, retomamos algunas líneas teóricas que fueron de utilidad para nuestro proceso como puntos de anclaje.

Sobre la comercialización de artesanías

La comercialización de artesanías adquiere relevancia en los estudios sobre la artesanía desde 1970, considerando que ésta debía integrarse en el análisis a la instancia de la producción como la de circulación y el consumo (García Canclini, 1982; Novelo, 1993). En este sentido, se destaca la importancia del comercio en la discriminación de lo artesanal, delimitando el campo de las artesanías, manteniendo o transformando formas particulares de producir y creando circuitos diferentes de acuerdo al mercado al que se dirigen (Novelo, 1993). La transformación de las artesanías en mercancías subordina estos productos a la lógica del capital y que, en este ámbito, el significado que el objeto tiene en el espacio donde es producido es reemplazado por otro que integra al objeto en el sistema cultural hegemónico (García Canclini, 1982; Novelo, 1993). Estas dinámicas implican la pérdida de la visión global del proceso de producción y circulación; a pesar de la continuidad material del objeto, asistimos a la fragmentación de su significado (García Canclini, 1982). El valor cultural que el consumidor le asigna al objeto al inscribirlo en su

sistema simbólico, demuestra el dislocamiento de los significados de las artesanías en su trayectoria social (Benedetti, 2009). Las producciones artesanales indígenas son un fenómeno económico - cultural que habilita pensar las relaciones entre centros y periferias, la homogeneidad y la diferenciación cultural, lo 'global' y lo 'local' (Rotman, 2003).

Laura Cardini investiga las producciones artesanales de la comunidad qom radicada en la ciudad de Rosario, considerándolas vehículo de múltiples significados sociales, históricos y de pertenencia grupal. Cobra importancia el fenómeno migratorio, aunque no exclusivamente, en el análisis de las transformaciones que suceden en la producción de artesanías indígenas con el pasaje del ámbito rural y étnico al ámbito urbano (L. A. Cardini, 2006). En la reconstrucción del campo artesanal de Rosario, estudia los discursos y el accionar del Estado (en sus distintos niveles de gobierno), las políticas públicas y el mercado local. Observa la actividad ferial en el espacio público urbano, impulsada principalmente por el Estado en la conformación de circuitos turísticos de ferias y mercados vinculados al consumo cultural. También aborda los procesos de "puesta en valor" de las producciones artesanales desde la perspectiva de lxs productores así como de las que surgen de decretos y ordenanzas municipales que regulan la actividad, ubicando en el tiempo diferentes procesos de producción patrimonial. Las lecturas que hacen del valor dependen de diferentes niveles como el cultural (identidad étnica), materiales, trabajo y tiempo invertidos, sentidos, los circuitos de comercialización. El campo de la producción es el universo de creencia que produce el valor de la artesanía en tanto "obra de arte", como pieza de "uso doméstico", como "reivindicación identitaria" y como mercancía, entre otros (L. Cardini, 2005; L. A. Cardini, 2013).

Cecilia Benedetti aborda la relación entre procesos identitarios étnicos y producción artesanal en tanto actividad laboral, en este sentido considera como las estigmatizaciones y las fricciones interétnicas son centrales en la conformación de las artesanías como expresiones identitarias (Benedetti, 2012). En el contexto actual, ligados al paradigma del desarrollo local o endógeno, han predominado los enfoques sobre la conversión de la cultura o el patrimonio en otra forma de recurso. Centrándose en la potencialidad económica de los bienes y prácticas ligados a

identidad cultural de los grupos, a partir de la inserción en un mercado globalizado. Las producciones artesanales indígenas (alimentos, artesanías, música y festividades) son destacadas por su “potencial comercial” en vinculación con nuevos patrones de consumo caracterizados por la valoración de lo “natural”, lo “étnico” y “tradicional”. La cultura se concibe como un aspecto fundamental para el desarrollo, por lo que nociones como identidad y patrimonio devienen significativas (Benedetti, 2012).

El fomento artesanal en la actualidad está atravesado por la confluencia de dos fuerzas y las transformaciones que éstas generan: las políticas indigenistas y el patrimonio, específicamente aquellos enfoques provenientes de los organismos internacionales que entienden lo patrimonial como un recurso económico, dentro de paradigmas como los de desarrollo con identidad y comercio justo (Benedetti, 2013). La perspectiva crítica al concepto de “identidad territorial”, muestra que bajo esta lupa las artesanías indígenas se promueven como un bien que refleja la continuidad entre la identidad y el territorio en el marco de mercados “mundializados”. De esta manera, se presenta una versión reificada del territorio según la cual éstos se constituyen en actores que compiten junto a sus poblaciones y productos. La valoración de “lo local” por parte del mercado implica una versión ideológica de la diversidad cultural que oculta las relaciones de desigualdad y dominación que constituyen los procesos identitarios de los pueblos indígenas en la actualidad (Benedetti, 2012, 2013).

Marina Matarrese propone una aproximación a la producción artesanal pilagá - cesteril- como expresiones estéticas, donde se puede observar la recreación de la experiencia a través de las cual los valores atribuidos por la percepción estética son reconstituidos o transformados en el contexto cultural. En este caso, las valoraciones estéticas sobre las piezas están ligadas a tres variables: la complejidad, el grado de innovación y la prolijidad de las mismas. Estas valoraciones no están exentas de conflictividades y es un terreno fértil donde observar las tensiones y los sentidos en disputa (Matarrese, 2016). El Estado, las ONGs y los intermediarios influyen directamente en los modos de organización, producción, en las características de los productos y en la comercialización (Benedetti, 2013; Matarrese, 2016; Perret, 2020)

Myriam Fernanda Perret describe los procesos de mercantilización de artesanías indígenas chaqueñas a partir del modo en que se relacionan dos colectivos de artesanas de los pueblos wichi y qom con el personal técnico de programas de desarrollo rural y ONGs. Se enfoca en dos instancias de gestión: la construcción de una 'calidad' orientada a la venta de las artesanías en una instancia de control y los acopios periódicos como forma de organizar la circulación de las artesanía (Perret, 2019)

Sobre la etnografía

La etnografía es un modo de conocimiento que nos permite entrar en contacto con otros "puntos de vista" (Guber, 2001). Estos puntos de vista o "perspectivas nativas" sobre y con las cuales trabajamos, deberían ser entendidas menos como un punto de vista "intelectual" y más como un punto de vista "vivencial" -formas de hacer y crear vida social- a los que se accede de forma sensitiva y corporal (Ingold, 2016). La etnografía, no es sólo un método de investigación, ni un conjunto de instrumentos de recolección de datos, sino un proceso complejo de mediación de marcos de significados, una práctica artesanal, microscópica y detallista (Agar, 2006; Peirano, 1993). Es un proceso caracterizado por la instrumentalización de las relaciones sociales sobre el terreno, la importancia del punto de vista local como modo de conocimiento situado, la sensibilidad al contexto y la imbricación simultánea de diferentes niveles de realidad (Agar, 2006; Cruces, 2003). Es una práctica de correspondencia en la intersubjetividad (Ingold, 2017), vinculada a la pregunta antropológica.

El concepto de etnografía multisituada fue presentado por George Marcus, quien sostiene que en el mundo contemporáneo la idea tradicional de "enclave" o "aldea" entra en crisis frente a un contexto globalizado y multicultural cuando estudiamos determinado problema social en campos complejos. El autor indica que el carácter multisituado no es un mero agregado de lugares, sino que sugiere rastrear personas, fenómenos y conexiones a través de distintos espacios. Lo multisituado permite entender el campo como la articulación jerarquizada de espacios a partir de las trayectorias de las personas y sus relaciones. En el proceso etnográfico, algunos

sitios deben ser estudiados densamente y otros superficialmente, identificando los enclaves de condensación, mediante una perspectiva pragmática que el autor denomina “*entre lo denso y lo ligero*”² (Marcus, 2018).

En los últimos años, la etnografía ha cobrado interés en un amplio rango de ámbitos como el empresarial o gubernamental. Esto trae dos consecuencias principales: por un lado, muchas personas haciendo muchos tipos de cosas a lo que se le coloca el mote de etnografía; y por otro lado, es subsumida a otros métodos o técnicas cualitativas. Si bien en el desarrollo de toda etnografía está implícito el uso de estas técnicas y métodos, no funciona al revés, es decir no toda investigación cualitativa es una etnografía ‘real’³ (Agar, 2006).

En “An Ethnography By Any Other Name ...” Michael Agar parte de la pregunta ¿qué es una etnografía ‘real’? Sobre un tema existe más de una etnografía posible, y esto dependerá de las diferentes combinaciones entre etnografía y comunidad, de las diferentes trayectorias que recorre un estudio y de las diferentes elecciones y contingencias que se dan en el camino. Sin embargo no todas las posibilidades son aceptables como etnografía, por lo que existe lo que él llama un espacio de posibilidades pero delimitado. Este límite no es lineal, sino que está compuesto por un atractor, el espacio que muestra el umbral de posibilidades etnográficas (Agar, 2006).

El objetivo de Agar es poder describir ese atractor, que se reduce a una lógica y un par de preguntas. Piensa en la etnografía como una especie de lógica, antes que un método específico o una unidad de estudio en particular. La etnografía nombra una epistemología, una forma de conocimiento y un tipo de conocimiento específico, antes que una receta o un enfoque particular.

La lógica etnográfica, denominada lógica IRA, está compuesta por tres elementos. En primer lugar, es abductiva (A), partimos de la descripción de un hecho o fenómeno, para ofrecer una hipótesis que explica las posibles razones o motivos del

2 En el original es ‘*through thick and thin*’. Puede entenderse en doble sentido, literal, como la usamos en este texto, pero también es una expresión del inglés coloquial que significa ‘contra viento y marea’ o ‘en las duras y en las malas’.

3 En el original es ‘*real ethnography*’. Agar entrecomilla el término *real*, para introducir relativizadamente la posibilidad de distinguir aquellas producciones que pueden ser consideradas como verdaderas etnografías de las que no.

hecho mediante las premisas obtenida. Mientras que la lógica deductiva es la forma de sacar nuevas conclusiones a partir de viejas premisas; y la lógica inductiva es la forma de ver qué tan bien encaja el nuevo material con los conceptos disponibles. Ambos tipos de lógica se cierran con referencia a los conceptos en juego. La lógica abductiva formaliza la parte crítica de cualquier trayectoria etnográfica y habilita la emergencia de lo que el autor denomina '*rich points*' o puntos 'ricos', la materia prima de la investigación etnográfica. Siguiendo el esquema propuesto por Pierce, el autor la presenta del siguiente modo:

Se observa el hecho sorprendente F.

Si H fuera cierto, F sería algo natural.

Por tanto, hay motivos para sospechar que H es verdadera

Cualquier trayectoria en el espacio etnográfico funcionará con el combustible de la abducción, una característica clave para diferenciar una etnografía aceptable de otra inaceptable. Pero la lógica etnográfica es más que eso. La abducción es estática. H implica F y hemos terminado. La etnografía, en cambio, es un proceso dinámico de encontrar sorpresas y perseguirlas.

El segundo componente de esta lógica es la iteración (I), significa que las primeras aplicaciones de la abducción, de hecho, cambian el contexto histórico de producción etnográfica y crean uno nuevo dentro del cual ocurrirá la próxima abducción. El tercer componente es la recursividad (R). La abducción en la etnografía también es recursiva. A veces usamos la abducción justo en medio de la abducción. Ocurre una sorpresa y la perseguimos en el camino hacia la construcción de una nueva H que la explique. Pero a medida que la perseguimos, surge otra sorpresa, por lo que ahora debemos perseguir esa. Se produce una secuencia incrustada de abducción mientras explicamos una sorpresa tras otra antes de volver a la sorpresa original (Agar, 2006).

La lógica IRA es constitutiva del atractor etnográfico. Si una trayectoria es etnográfica, contiene lógica IRA. Como se mencionó al principio, la etnografía se trata de un encuentro con un punto de vista diferente, no de un compromiso a permanecer a toda costa dentro del propio. En este sentido, Agar propone otro eje

para superar clásica dicotomía etic/emic: el punto de vista o 'point of view' (POV). La lógica IRA por sí sola no es suficiente si no se tiene en cuenta el contexto y significado, no tanto el propio (POV₁) sino más bien del punto de vista diferente (POV₂) que produjo la sorpresa (F) en primer lugar. La etnografía persigue siempre como objetivo el POV₂. Es ahí donde encontramos los 'puntos ricos', donde hacemos surgir las preguntas por el contexto y significado (Agar, 2006).

Para los objetivos de la primera vuelta en este carrusel propuesto por Michael Agar, nos basta con lo expuesto. Resulta de suma utilidad, profundizar en el futuro sobre los aspectos vinculados a las 'traducciones' estos POV (Agar, 2004, 2006).

Sobre el ARS

En términos generales, una red es una colección de objetos relacionados de cierto modo entre sí. Esta definición permitió que, a lo largo del desarrollo de las ciencias sociales, el término se utiliza de diferentes maneras. Hoy en día, prácticamente en todas partes, escuchamos hablar de redes. No es que antes no se usara en las ciencias sociales o las humanidades, los antecedentes pueden remontarse a la década de los años 1950⁴ (Reynoso, 2008). Sin embargo, su utilización estaba restringida prácticamente a la cuestión técnica. Con el advenimiento de la era conectada (Duncan Watts, 2006), el concepto pasó a estar en boca de todos. A partir de 1990 la noción de Red Social cobró protagonismo en el campo de las políticas públicas donde empieza a medirse el capital social. Para organismos como el Banco Mundial se transforma en el eslabón perdido para los dispositivos conceptualización que permitiera vincular las dimensiones micro, local y macro. El capital social es entendido como capital colectivo, que se expresa en valores, redes y asociaciones (M. Castro, 2014; Lozares Colina, 2005). Esta disparidad tiene un efecto directo en la semántica del término y, por lo tanto, es necesario definir qué se entiende por "redes".

4 En teoría de redes tradicional hay una corriente sociocéntrica que viene de la sociología y se remonta a Georg Simmel y una tendencia egocéntrica que floreció en antropología social y que se deriva a la larga de Alfred Reginald Radcliffe-Brown y sus ideas sobre la estructura social con sus "tejidos", "texturas" o "tramas" (Reynoso, 2008)

Distinguimos cuatro usos clásicos del concepto de redes. En primer lugar, las nuevas redes sociales, como Facebook, Twitter, etc. tienen un soporte informático y, a nuestros efectos, denominaremos cyber redes (1). En segundo lugar, está el uso metafórico, que es cuando se enuncia que existe una red, pero no se la define con precisión; por ejemplo, se habla de “redes de artesanos”, sin profundizar cómo está compuesta, sino para señalar la existencia de una agrupación que puede ser significativa (2). En tercer lugar, se habla de redes cuando se practica networking. Este anglicismo designa la capacidad de actuar sobre una red presupuesta. Es muy utilizado por quienes trabajan sobre una red (cyber red o metafórica) haciendo circular recursos, como en el caso de un técnico, un profesional de las relaciones públicas, etc (3). En último lugar, hacemos referencia al análisis de redes sociales (ARS) (4) (Wasserman & Faust, 1994)

El ARS define a la red como a la conjunción de nodos y lazos. Los nodos son los elementos centrales de la red; pueden ser individuos, las instituciones, objetos o cualquier otra entidad que escojamos. Los lazos son aquellos elementos que unen a los nodos; pueden ser por quien le vende a quien, quien le enseña a quien el trabajo artesanal, la pertenencia a una misma comunidad de artesanos que se están mapeando o cualquier otro vínculo que se considere pertinente. De los nodos se pueden predicar atributos. Características o cualidades que se atribuyen a esos actores. Si tomamos el caso hipotético de las redes de artesanos, estos atributos podrían ser la cantidad de comunidades que la conforman o bien las técnicas empleadas o los canales de comercialización. Se pueden predicar tantos atributos de los nodos como se deseen; no están restringidos más que por la facilidad en el uso. De los lazos se puede predicar una dirección y un peso. Los lazos pueden ir de un nodo al otro, aunque no necesariamente a la inversa. Es decir, pueden tener un solo sentido o ser bidireccional o simplemente señalar que existe. Los lazos pueden tener pesos que indiquen la intensidad del flujo que circula (Lodi & Diaz Cordova, 2016).

Hace varios años que el Análisis de Redes Sociales (ARS) es utilizado en y desde las ciencias sociales y humanas. Sin embargo, todavía persiste una cierta forma reduccionista de entenderle donde principalmente aparece de dos formas: entendida

como una curiosidad metodológica o como una caja de herramientas mágica para analizar la realidad y obtener respuestas rápidas (Miceli, 2008). Una comprensión verdaderamente profunda de esta perspectiva nos permitirá conocer de qué forma esta mirada enriquece el modo en que pensamos la realidad, concebimos el problema de investigación y lo ponemos en juego con las comunidades (M. del P. Castro, 2015; Cueto et al., 2020; Miceli, 2008).

El ARS tampoco es una metodología, sino que está apoyado en supuestos epistemológicos particulares que nos permiten reflexionar sobre el objeto de estudio relacional, y hace pertinente preguntarnos por el cómo, el porqué, el para qué y cuándo utilizamos los recursos que nos ofrece el ARS. Esta reflexión metateórica presentada por Cueto, Teves y Pasarín en “El giro hacia la relación. Un ensayo sobre las discusiones actuales en análisis de redes sociales y una interpelación a la investigación etnográfica”, puede situarse en tres dimensiones diferentes pero vinculadas entre sí: una dimensión epistemológica, una dimensión teórica y una dimensión metodológica (Cueto et al., 2020).

En cuanto a la dimensión epistemológica, la decisión de utilizar el ARS en la investigación implica suponer que los elementos que conforman el problema se vinculan entre sí y que estos vínculos importan. También se asume que el problema estudiado puede identificarse mediante una unidad analítica compuesta por elementos y relaciones entre elementos que pueden cuantificarse y representarse gráficamente. Finalmente, también se considera que la unidad analítica puede ser interpretada a la luz de una serie de conceptos y mecanismos establecidos en el arco de las teorías del ARS. Estas perspectivas, denominadas relacionistas, entienden a las relaciones como una entidad teórico metodológica independiente, nuevas unidades analíticas. También resultan caminos posibles para superar los debates y limitaciones entre los enfoque holistas e individualistas (Cueto et al., 2020).

En torno a la dimensión teórica distinguen niveles ontológicos en donde los elementos se integran y obtienen propiedades emergentes a medida que entran en relación. Considerar estos niveles y la forma en que entran en relación es un aspecto fundamental en la perspectiva relacional. El primer nivel ontológico,

corresponde al del actor, que puede desagregarse en sus características atributivas propias como su historia y capacidad de agencia. El segundo nivel ontológico se conforma por la unidad compuesta por dos actores y una relación entre ellos, llamada Diada. Esta relación es irreductible a los actores que la componen, tiene características propias que a su vez influyen en las características de los actores. El tercer nivel está formado por dos diadas superpuestas y conforman una triada (tres actores y las relaciones entre ellos).

En términos de interacción la incorporación de un tercer actor a una diada complejiza de forma notoria el repertorio interaccional, en grafos dirigidos hay 64 tipologías posibles de relaciones entre tres actores incluyendo las relaciones que exhiben jerarquía, igualdad, y la formación de grupos exclusivos. Retomando la terminología de Simmel, se sostiene que las tríadas son el umbral de los sistemas sociales (Cueto et al., 2020).

Hay una distinción entre una relación y una interacción. Una relación está compuesta por sucesivas interacciones a lo largo del tiempo, como las trayectorias vividas de episodios de interacción entre actores. Los estudios del ARS generalmente profundizan en el aspecto interaccional y sin profundizar en el relacional. Las interacciones pueden ser discretas, las relaciones pueden ser fluctuantes pero irrevocables, una relación nunca puede dejar de existir. Su pasado afecta al presente y al futuro proyectado. Las interacciones por su parte tienen formas recurrentes y efectos en la vida de las personas, es posible rastrear patrones de interacción, como se desarrollan, etc. Si bien el ARS puede aportar recursos técnicos para esta identificación pero es necesario tener en cuenta otros principios ordenadores que orientan las acciones (Cueto et al., 2020).

Sobre estas redes formales pueden considerarse dos grandes tipos de teorías, Steve Borgatti y Halgin las denominan Network Theories y Theory of Networks. Las primeras refieren a los mecanismos y procesos que operan a nivel estructural, teniendo consecuencias en la conducta de los actores. En otras palabras, refiere a las consecuencias de una red. El segundo tipo de teorías, en cambio, se orientan a dar cuenta de porque las redes tienen las estructuras que tienen, esto incluye

modelos sobre quien forma lazos con quien y de qué tipo, quien se vuelve central y que características tendrá la red en su totalidad (Cueto et al., 2020).

La dimensión metodológica tiene cierta relación con los métodos mixtos. En el estudio de los problemas sociales, el actor, la diada y la triada, pueden ser registrados, analizados y conocidos mediante un conjunto de técnicas para la obtención y análisis de datos que ofrece el ARS desde un basamento matemático. Los resultados de estos procesos pueden interpretarse y cobran sentido sustantivo a la luz de la disciplina en la que se formula el problema de investigación. El enfoque ARS instruye un camino a la modelización y esto implica explicitar los mecanismos que posibilitan este proceso. Tanto las hipótesis, la obtención de los datos, los mecanismos analíticos, y los resultados, pueden visualizarse como modelos y al mismo tiempo formularse e identificarse como una estrategia de construcción del problema. El proceso de modelización de una red recurre a instancias de abstracción e interpretación de un fenómeno social vinculado al problema de investigación. La red, entendida como un grafo o matriz, es en sí, una representación de ese fenómeno (M. del P. Castro, 2015). Para su construcción es necesaria la definición de ciertas premisas para la abstracción -como es que un fenómeno puede ser reconstruido en términos reticulares- y para su representación - como es que esta atracción puede representarse en los datos y como se obtienen- (Cueto et al., 2020; Teves et al., 2020).

El modelo analítico tetra dimensional propuesto por Jan Fuhse (2009) y que recuperan los autores en esta reflexión, permite ordenar diferentes niveles de información en términos de la red propiamente dicha – el constructo analítico-; las transacciones –o aquello que pasa entre los actores de la red; las expectativas - porque ocurren esas interacciones -; y los principios ordenadores que subyacen a las expectativas y su estructura de sentido. La conjunción de estos elementos no es algo estático, sino que tiene su desarrollo en el tiempo, en la historia de las relaciones y en la narrativa mediante la cual se evocan desde el presente a partir de hechos pasados y con expectativas a futuro (Cueto et al., 2020).

Conclusiones

Los objetivos planteados en el plan de tesis requieren de un enfoque complejo orientado al abordaje en profundidad de prácticas y representaciones de los actores sociales, el contexto de producción de las mismas y las dimensiones temporales – espaciales de las relaciones sociales que se entablan. Para esto se propone un abordaje etnográfico. El establecimiento de los actores en interacción como unidad de análisis y la existencia de una red como totalidad o nivel superior nos lleva a pensar en la ontología relacional y las consecuencias epistémicas, teóricas y metodológicas que implica combinarlo con el ARS.

El análisis se centra en dos agentes de comercialización basados en la modalidad “red”: Red Puna y Makiwan. En el desarrollo de esta investigación nos preguntamos en primer lugar que implica ser una red y cuáles son los criterios formales de participación. En segundo lugar, nos preguntamos por la naturaleza de las relaciones que se establecen al interior y al exterior de estas redes, donde sea posible indagar sobre los procesos de mercantilización de las artesanías. En tercer lugar, nos preguntamos por el tipo de flujo que se da en estas conexiones, ya sea como tipos de valor o de capital.

Se toman como unidad de estudio los espacios de comercialización propios que tienen las redes analizadas, considerando los sitios de expendio en la localidad de Tilcara (Jujuy) y en los medios digitales. El trabajo de campo tiene su centro en la localidad de Tilcara donde se encuentran los puntos de reunión y comercialización de las experiencias analizadas, sin embargo, la extensión territorial de estas redes es mayor, abarcando gran parte del territorio jujeño y en lo que respecta a la comercialización alcanzan otros centros urbanos nacionales y extranjeros, conformando circuitos de producción y consumo a distintas escalas. Es por lo tanto, un problema multisituado.

Una de las estrategias de comercialización que destaca en este caso es la organización en red y la participación comunitaria, expresada acciones de acuerdos sobre valor de hora de trabajo, establecimiento de sistema de precios, decisiones comerciales y vinculación con otros agentes (locales o internacionales). Las relaciones que se establecen entre los diversos actores de la cadena artesanal son

complejas y asimétricas, en función de los saberes y conocimientos que se ponen en juego en los procesos de comercialización-consumo y que permiten entender las continuidades y discontinuidades en la construcción de estas identidades versionadas por los distintos actores involucrados tanto en la oferta como en la demanda de consumo de productos diferenciales.

La valoración está ligada a ciertas construcciones de “lo andino”, mediante la apropiación de las prácticas y representaciones de los pueblos originarios por el mercado transnacional. Estos procesos se dan en un entramado de relaciones desiguales de producción-reproducción material y simbólica, principalmente determinados por el mercado del turismo, el artesanal/artístico. Es en estos procesos de circulación, se construyen y reproducen ciertos significados en torno a las piezas, tales como su carácter "tradicional" o "auténtico" ligado a la construcción del paisaje andino y donde el discurso de la preservación es movilizado desde las estrategias de comercialización. La artesanía en tanto objeto estético y como producto de diseño está presente en las imágenes y discursos que acompañan el consumo de textiles andinos. El medio digital implica una especificidad porque los lenguajes visuales y narrativos utilizados en las distintas piezas comunicacionales, evidencian la influencia y necesidad de adecuar los productos al mercado transnacional.

Los modelos construidos cobran sentido en el marco de disciplinas dadas y es solo en esta relación que puede conocerse por ejemplo, la lógica de la estructura o el papel que cumple en el seno de un grupo social, o proporcionar una forma de vincular perspectivas teóricas que se centran sobre la estructura o la agencia. Sin embargo, en el seno de una disciplina como la etnografía, según lo expuesto, el sentido de las redes y las relaciones que lo componen es importante, ya que estas últimas emergen en contextos sociales dados y se erigen sobre expectativas basadas en la historia de las relaciones y los principios ordenadores de ese contexto social.

La lógica IRA puede enriquecer(se) el ARS, siguiendo el modelo presentado por Castro:

- 1) Una instancia de conformación de la red, estructurada a partir de información cualitativa,
- 2) Una segunda instancia de análisis de las métricas propias del ARS arrojando resultados netamente cuantitativos y, finalmente,
- 3) Una tercera instancia de reflexión y profundización del análisis teniendo en cuenta los resultados de los pasos anteriores.

Es en esta primera etapa en la que nos encontramos, las entrevistas iniciales sirvieron de referencia para identificar, entre otras cosas, a las comunidades que forman parte de la Red Makiwan y arriesgar posibles tipologías de actores y vínculos. En el caso estudiado existe una complejidad expresada en la multiplicidad de pertenencias formales e informales que las artesanas y artesanos tienen en diferentes organizaciones y redes.

Este último contexto de discusión, que se relaciona con las formas diversas de concebir el proceso de determinación del objeto de estudio también se puede reformular, si se amplía la perspectiva del análisis hasta abarcar la integralidad del proceso de investigación. En el presente caso se trata de reconocer que toda investigación “abre” un universo de discurso, cuyas proposiciones pertenecen a distintos “tipos lógicos” es decir, se ubican en distintos niveles de integración. Dicho en términos metodológicos, toda investigación define un nivel propio de trabajo (artesanías, artesanos, redes, puntos de comercialización, regiones, etc.), que llamaremos “Nivel de Anclaje”. Pero también define, de manera implícita o explícita, posibilidades definidas de análisis de esos objetos en componentes menores. Llamaremos a este nivel “Nivel Subunitario”. Del mismo modo, presupone ciertas “condiciones de contorno”, que llamaremos “Nivel Supraunitario”. Los contextos, las unidades de análisis y los componentes de las unidades de análisis definen conjuntos de datos, cuyos enunciados pertenecen a distintos tipos lógicos. Debemos, entonces, tomar algunas (muchas) decisiones y ubicar este proceso en un nivel de anclaje posible.

El ASOP decretado el 20 de marzo del 2020 impactó fuertemente en el plan de trabajo propuesto, pero sobre todo en la actividad de las organizaciones en niveles

individuales y colectivos. Si bien se ha podido readaptar la dinámica a una virtualidad, en algunos casos, las distancias territoriales y digitales han pausado la comunicación. Es necesario entonces, por un lado, reacomodar el proceso de investigación a las contingencias y por otro, retomar de a poco el camino para encontrarnos.

Referencias bibliográficas

- Agar, M. (2004). We have met the other and we're all nonlinear: Ethnography as a nonlinear dynamic system. *Complexity*, 10(2), 16-24. <https://doi.org/10.1002/cplx.20054>
- Agar, M. (2006). An Ethnography By Any Other Name ... *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 7(4), Article 4. <https://doi.org/10.17169/fqs-7.4.177>
- Aramayo, A., Lopez, A. N., Díaz, R. F., Astorga, F. D., Assad, L. G., Hoyos, G. D., Balut, J., Angulo Villán, F. R., Brailovsky, S. M., Carrizo, M. J., Bustamante, P., Jaled, D. A., Castillo, S. A. L., Díaz, E. A., Cieza, F., Cuva, C. A., Rivas, R. V., Altea, L., Garzon, A. S., ... Bruce, B. M. (2020). La pandemia en/desde Jujuy: Reflexiones situadas. Tiraxi. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/116731>
- Benedetti, C. M. (2009). "El Trabajo de Nosotros": Producción Artesanal Indígena destinada a la comercialización en la Comunidad Chané de Campo Durán. Tesis de doctorado de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.
- Benedetti, C. M. (2012). Producción artesanal Indígena y comercialización: Entre los «buenitos» y los «barateros». *Maguaré*, 26(1), 229-262.
- Benedetti, C. M. (2013). La construcción de lo étnico y la producción artesanal en el Departamento de General San Martín, provincia de Salta. En C. Crespo, L. A. Cardini, & Cecilia Mariana Benedetti (Eds.), *Tramas de la diversidad. Patrimonio y Pueblos Originarios* (pp. 219-246). Antropofagia.
- Cardini, L. (2005). Las "puestas en valor" de las artesanías en Rosario: Pistas sobre su "aparición" patrimonial. *Cuadernos De Antropología Social*, 21, 91-109.

- Cardini, L. A. (2006). Artesanías y pueblos originarios. Aproximaciones para su estudio en al ciudad de Rosario, Argentina. RUNA, archivo para las ciencias del hombre, 26(1), 263-288. <https://doi.org/10.34096/runa.v26i1.1250>
- Cardini, L. A. (2013). Políticas culturales y construccion del patrimonio: Los espacios feriales en la ciudad de Rosario. En C. Crespo, *Tramas de la Diversidad* (1°, pp. 189-218). Antropofagia.
- Castro, M. (2014). Trasmisión de Conocimiento Local y Cultura Material: Estudio de la producción textil comunitaria a través del Análisis de Redes Sociales. RUNA, 35(1).
- Castro, M. del P. (2015). Las metodologías de investigación en revisión: Análisis de redes sociales y producción textil local. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, 0(32), 85. <https://doi.org/10.5944/empiria.32.2015.15310>
- Castro, M. del P. (2016). Transmisión de Conocimiento y Análisis de Redes Sociales: Implementación de métodos mixtos de investigación en un estudio sobre producción textil comunitaria. *Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 27(2), 72-89.
- Cruces, F. (2003). Etnografías sin final feliz. Sobre las condiciones de posibilidad. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 58(2), 161-178.
- Cueto, J., Teves, L., & Pasarin, L. (2020). El giro hacia la relación. Un ensayo sobre las discusiones actuales en análisis de redes sociales y una interpelación a la investigación etnográfica. <https://www.academica.org/lorena.pasarin/40>
- Duncan Watts. (2006). *Seis grados de separación: La ciencia de las redes en la era del acceso* (2006.a ed.). Paidós.
- García Canclini, N. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. Nueva Imagen.
- Guber, R. (2001). *La etnografía: Método, campo y reflexividad*. Norma.
- Ingold, T. (2016). Conociendo desde dentro: Reconfigurando las relaciones entre la antropología y la etnografía. *Etnografías Contemporáneas*, 2(2), 218-230.
- Ingold, T. (2017). ¡Suficiente con la etnografía! *Revista Colombiana de Antropología*, 53(2), 143-159.

- Lodi, M. E., & Diaz Cordova, D. (2016). Análisis de redes sociales (ARS) para la investigación en artes audiovisuales y gestión cultural. *Conceptos*, 91(496), 239-264.
- Lozares Colina, C. (2005). Bases socio-metodológicas para el Análisis de Redes Sociales, ARS. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, 0(10), 9. <https://doi.org/10.5944/empiria.10.2005.1042>
- Lucía Aljanati, Joice Barbosa Becerra, Jose María Bompadre, Avelina Brown, Natalia Castelnuovo, Sasha Camila Cherñavsky, Julia Colla, & Juan Engelman. (2020). Pueblos indígenas y COVID-19 en Argentina: Principales lineamientos de un informe colaborativo. Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires. http://antropologia.institutos.filo.uba.ar/sites/antropologia.institutos.filo.uba.ar/files/InformePueblosIndigenas-covid_finalconTapa.pdf
- Marcus, G. E. (2018). Etnografía Multisituada. Reacciones y potencialidades de un Ethos del método antropológico durante las primeras décadas de 2000. *Etnografías Contemporáneas*, 4(7), Article 7. <http://revistasacademicas.unsam.edu.ar/index.php/etnocontemp/article/view/434>
- Matarrese, M. (2016). Cestería pilagá: Una aproximación desde la estética al cuerpo. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]*, 16(58), 219-229.
- Miceli, J. (2008). Los problemas de validez en el Análisis de Redes Sociales: Algunas reflexiones integradoras. *Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 14(1).
- Novelo, V. (1993). *Las artesanías en México. Gobierno del Estado de Chiapas, Instituto Chiapaneco de Cultura.*
- Orellana, V. C. (2020). Lazo social y gobernanza participativa en Jujuy: Turismo y patrimonio en pandemia y pospandemia. *Revista Tekohá*, 1(10), 86-93.
- Peirano, M. (1993). A favor da etnografia. *Anuário Antropológico*, 17(1), 197-223.
- Perret, M. F. (2019). La artesanía indígena chaqueña y el mercado: Los casos Qom y Wichí de Fortín Lavalle y el Sauzalito Misiones [Doctorado, Universidad Nacional de Misiones - UNAM-].

https://rid.unam.edu.ar/bitstream/handle/20.500.12219/2174/Perret_2019_Artesan%C3%ADa%20ind%C3%ADgena%20chaque%C3%B1a.pdf?sequence=4

Perret, M. F. (2020). Personas y trabajos en el proceso de mercantilización de las artesanías indígenas chaqueñas. *Anales de Antropología*, 54(2), 59-68-68. <http://dx.doi.org/10.22201/iaa.24486221e.2020.2.69874>

Reynoso, C. (2008). Hacia la complejidad por la vía de las redes: Nuevas lecciones epistemológica. *Revista Desacatos Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social*, 28, 17-40.

Rotman, M. B. (2003). Modalidades productivas artesanales: Expresiones de lo local en un mundo globalizado? *Campos - Revista de Antropología*, 3(0), Article 0. <https://doi.org/10.5380/cam.v3i0.1592>

Teves, L. S., Castro, M., Morgante, M. G., & Paredes, A. (2020). Circulación e intercambios desde Análisis de Redes Sociales (ARS): Revisión de modelos en clave relacional. Editorial Qellqasqa. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/107326>

Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815478>