

El valor de conocerse del pueblo en el contexto de prácticas de aprovisionamiento

Bárbara Galarza

Doctora en Ciencias Antropológicas. Profesora Adjunta Antropología Urbana.
Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina

E-mail: barbaragalarza@gmail.com

Fecha de recepción: 09/05/2022

Aceptación final: 01/09/2022

El presente trabajo se propone analizar el modo en que un grupo de mujeres producen valor económico y extra-económico por el hecho práctico de conocerse del pueblo. Esta alusión nativa parece, a primera vista, una somera referencia a un conocimiento mutuo de nombres y personas. En contraste, su abordaje antropológico permite descubrir una compleja producción cotidiana de relaciones sociales de proximidad y totalidades imaginarias que se construyen interactuando regularmente en ámbitos doméstico-barriales. El caso que presento tiene por escenario un poblado minero-industrial de la región centro bonaerense donde realizo trabajo de campo desde comienzos de la década de 2010 para estudiar modos vernaculares de vivir la ciudad de escala media. Apoyándome en desarrollos de antropología urbana que privilegian la comprensión histórico-estructural y significacional de la ciudad, y complementándola con la teoría etnográfica del valor propuesta por David Graeber, abordo la dimensión vivencial con que las amas de casa practican en estos contextos el aprovisionamiento. Esta práctica consiste en abastecer de víveres y servicios la unidad doméstica y fortalecer, al mismo tiempo, proyectos mutuos desarrollando breves interacciones. En un sentido urbano y político amplio, el aprovisionamiento es a un mismo tiempo productivo y reproductivo y se realiza circulando localmente por una infraestructura que es comercial, institucional y doméstica. El trabajo concluye, por tanto, que el nativamente llamado mundo de los conocidos, al encarnarse en esta práctica tiene una constitución urbana que requiere de la disponibilidad de personas involucradas en proyectos que las convocan mutuamente. Esta disposición implica la construcción imaginaria de una totalidad común: el pueblo.

Palabras clave: valor, aprovisionamiento, pueblo, amas de casa.

The value of knowing each other from around the town in the context of provision practices

Abstract

This article analyzes the way in which a group of women produce economic and extra-economic value by the fact of knowing each other from *around the town*. This native allusion seems, at first glance, a simple reference to mutual knowledge of names and people. In contrast, his anthropological approach allows us to discover a complex daily production of social relationships of proximity and imaginary totalities that are built by regularly interacting in domestic-neighborhood settings. This case is set in a mining-industrial town in the central region of Buenos Aires where I have been doing fieldwork since the early 2010s in order to study vernacular ways of living in middle range cities. Based on developments in urban anthropology that privilege a historical-structural and significant understanding of cities, and complementing it with the ethnographic theory of value proposed by David Graeber, I address the experiential dimension with which housewives practice provision in these contexts. While supplying food and services to the domestic unit women strengthen, at the same time, mutual projects by developing brief interactions. In a broad urban and political sense, this provision is both productive and reproductive and is carried out by circulating locally through an infrastructure that is commercial and domestic. My argument is that the natively called *world of acquaintances* embodied in this practice, has an urban constitution that requires the availability of people willing to cooperate in projects of mutual realization and the construction of an imagined totality in common (*el pueblo*).

Keywords: value, provision, *pueblo*, housewife.

1. Introducción

A comienzos de la década de 2010, se instaló en Villa Caliza¹ un *banquito*². Los trabajadores territoriales encargados de su promoción tenían la tarea de fomentar la adquisición de microcréditos por parte de la población local. Estos préstamos tenían el propósito de financiar actividades económicas presentadas bajo la forma de proyectos individuales. Los microcréditos se distinguen de los créditos dados por los bancos formales en tres aspectos fundamentales: son mucho más magros, no pueden ser pedidos de manera individual y tienen el beneficio de que su otorgamiento no depende de una evaluación de solvencia económica.

Para hacer publicidad del programa entre la población local, los promotores realizaban convocatorias de carácter público y abierto en instituciones de la comunidad como escuelas, bibliotecas populares, sociedades de fomento, etc. Allí explicaban los lineamientos del programa y conversaban con mujeres que tenían un perfil convocante, activo y, sobre todo, *conocedor del pueblo*. Las mujeres que se acercaban interesadas, tenían entre 20 y 70 años de edad. Entre ellas, se

¹ Se trata de un poblado de aproximadamente 7000 habitantes en el que se explota la minería de caliza, dolomita y arcilla desde fines del siglo XIX. La progresiva industrialización y la abundancia de yacimientos de caliza en la zona hizo que en el año 1917 se instalara una cementera de capitales norteamericanos. De su fábrica salió el primer despacho de cemento del país. 100 años más tarde, y luego de apagar su horno en 2019, la fábrica cerró definitivamente.

² Nombre informal dado por promotores territoriales a la congregación local de personas de bajos ingresos con el objetivo de dar y recibir dinero en forma de pequeños créditos.

destacaban perfiles diversos, tales como el de Alejandra, Andrea y Soledad. La primera era una jubilada de 65 años de edad, de entusiasta y activa predisposición, con tiempo libre entre sus manos. Andrea, en cambio, era una mujer de 45 años, recientemente separada, que estaba intentando establecerse como peluquera en su casa mientras también trabajaba cuidando ancianos a la noche y limpiando casas durante el día. Finalmente, Soledad, de 23 años, había abandonado la escuela unos años atrás al embarazarse de su primer hijo, estaba en la búsqueda de “encontrar algo para hacer y de paso ganar unos pesos”.

Luego de escuchar los lineamientos del programa, en la convocatoria abierta a la que solían acudir alrededor de 15 personas, algunas de ellas se acercaban a los promotores territoriales para expresarles su interés en el programa. Al hacerlo, enumeraban una serie de recursos que de manera acertada habían interpretado serían de valor para quienes evaluarían sus solicitudes de créditos. Estos recursos no eran económicos en sentido restringido, sino sociales, en sentido amplio. Implicaban una red de conocidos y familiares políticos o lejanos -el parentesco directo estaba prohibido en los banquitos-, dispuestos a pasar algunas horas de su tiempo en talleres y actividades con la esperanza de recibir un microcrédito al cabo de cierto número de semanas.

El *mundo de los conocidos* es un fenómeno sociocultural que requiere de dos dimensiones necesarias para su constitución: la del soporte físico e infraestructural que lo hace posible y la de la producción de sentido que lo hace significativo. En la vida pueblerina de escala urbana media, este mundo se teje en varias instancias institucionales vinculadas a la educación, el trabajo y el ocio. La escuela, la fábrica, la oficina, el club, son espacialidades típicas dónde desarrollamos relaciones secundarias en el marco de un marco formal que las reglamenta. Ahora bien, existe otro sistema que contribuye ampliamente a producir, consolidar y mantener vivo el mundo de relaciones sociales de proximidad por su cotidianidad e informalidad, permitiendo a quienes transitan por él contar con una red de personas disponibles. La práctica de hacer mandados es una instancia habitual en la que se conocen y reconocen diariamente personas. Coincidentemente, Narostky (2007) advirtió sobre la importancia transversal del aprovisionamiento. De hecho, su análisis del consumo en las sociedades modernas contiene un punto de vista que permite entender estos actos aparentemente económicos, como procesos socio-culturales complejos. De acuerdo con la antropóloga, en la circulación entre diferentes modos de provisión, “se enfatiza el carácter político de la producción de significado a lo largo de estos recorridos” (2007: 35). Volviendo a la situación etnográfica descrita al comienzo, nos preguntamos: ¿De qué modo ese *mundo de los conocidos* resulta significativo para los villacalicensés? ¿Qué valor nativo tiene crearlo? ¿Cómo se construye nativamente la valorización imaginaria de ese mundo? ¿Con qué prácticas se mantiene?

Las vivencias y contradicciones de los actores que se describen y analizan en este trabajo tienen por telón de fondo, sin duda, al neoliberalismo. No obstante, nuestro propósito no es aquí desarrollar una crítica etnografiada de una política pública social en esta fase del capitalismo ni *hallar otras economías* que expresen una alteridad al neoliberalismo. Ese sería, sin duda, un objetivo pertinente que no alcanzaría, sin embargo, a captar la potencia que *el mundo de los conocidos* tiene

para los actores. Las personas crean mundos a través de la circulación por un espacio urbano que es vivido y sentido. El hecho de vivir juntos en ciudades permite a los humanos no sólo producir y transferir un excedente urbano que es expropiado, apropiado y re-apropiado (Gravano, 2003, 2021; Harvey, 2012; Singer, 1981) sino también producir proyectos de creación mutua que existen porque con ellos se fortalecen y traman -en el mejor sentido político posible de la palabra- “valores que vuelven significativos esos proyectos para los actores” (Graeber, 2013: 228).

Comprender lo que es valorable para las amas de casa que producen el aprovisionamiento, y se asocian para tomar dinero prestado bajo la modalidad del microcrédito es una apuesta política además de económica. Intenta volver pensables y de valor sus actividades cotidianas, habitualmente consideradas banales, pequeñas e irrelevantes, por asociarse al hogar, a la vida privada, a la esfera de la reproducción y las tareas no remuneradas. También es una apuesta política por describir y analizar la producción de riqueza social en su génesis no estatal ¿O acaso las personas empiezan a producir su *mundo de conocidos* recién cuando llega la política pública social del banquito a su pueblo? Nuestro trabajo de campo nos demuestra que ese no es el caso, pues en Villa Caliza las personas construyen ese mundo a lo largo de décadas, sobrepasando el contexto de las coyunturas políticas públicas sociales que aparecen y desaparecen de acuerdo a las cíclicas crisis del país para “contener” el aumento de la pobreza urbana.

La producción de la reproducción de los seres humanos no sólo no es una cuestión nimia, sino que es una actividad imprescindible. Que las mujeres de las clases trabajadoras -tanto asalariadas como no asalariadas- de contextos urbanos industriales lleven incesantemente adelante estas actividades, generación tras generación, a pesar de su subestimación social y de su des-valorización simbólica y des-monetarización material, es un fenómeno digno de interés antropológico.

Nuestra hipótesis es que la circulación cotidiana por la infraestructura urbana del pueblo³, es decir, por la espacialidad de su mercado público constituido de negocios dónde se adquieren los insumos necesarios para la reproducción en almacenes, carnicerías, etc. y por las viviendas donde se los prepara, come y se descansa, fortalece una filiación imaginaria que teje relaciones primarias (de parentesco remoto) con relaciones secundarias (de vecindario). El tránsito por casas y negocios permite la constante creación, ampliación y mantenimiento de la proximidad física e imaginaria entre los villalalicenses. De este modo, las mujeres se destacan por ser las productoras directas del mundo de los conocidos, aprovisionando así al hogar de relaciones sociales, además de víveres. La infraestructura urbana que hace esto posible es el conjunto de casas y la red de comercios por los que circulan al *hacer mandados*.⁴

³ Cabe aclarar que nos referimos aquí al emplazamiento de la población en aproximadamente 60 cuadras de cuadrícula irregular, producto de la serranía y de la presencia de canteras en el interior de la urbanización.

⁴ Esta infraestructura es diferente a la disponible en ámbitos metropolitanos tanto en sus dimensiones como en sus características. Específicamente, en relación al aprovisionamiento sobresale que en el poblado no se ha instalado aún un servicio de entrega domiciliaria de compra de comida a través de internet del tipo “Pedidos ya”. Para una descripción de este tipo de aprovisionamiento en ámbitos metropolitanos, y su crecimiento con la pandemia (2020-2021) puede consultarse Di Virgilio, Frisch y Perelman (2022).

Para estructurar este argumento antropológico, la exposición se organiza del siguiente modo. Primero, se caracteriza la metodología que utiliza un programa nacional de microcréditos para hacer uso del local mundo de los conocidos al implementarse. En segundo lugar, se sintetizan ciertos conceptos que permiten comprender la producción de valores desde un punto de vista urbano, además de económico. En tercer lugar, se desarrolla el análisis del modo en que los actores vuelven significativa la proximidad espacial y su imaginaria totalidad en términos de una intersección vivida entre el aprovisionamiento comercial, su cotidianidad y ciertas filiaciones no sanguíneas. Finalmente, se interpretan aquella práctica como un modo de dar entidad a un valor que resulta de utilidad para la producción de riqueza social y que se reproduce de manera des-monetarizada practicando el aprovisionamiento.

2. Método y técnicas

El enfoque etnográfico con que practicamos la Antropología urbana toma como insumos para la producción de conocimiento antropológico la visión de los actores, el descentramiento (Godelier, 2002) y la construcción de la otredad (Boivin, Rosato y Arribas, 2010; Gravano, 1995). A diferencia de otras metodologías cualitativas, la etnografía se caracteriza por privilegiar el punto de vista nativo (emic) de los fenómenos socio-culturales. Esta aproximación se distingue de otras que hacen prevalecer la visión externa (etic) a la visión interna y que proponen explicaciones macro-estructurales de los fenómenos sociales. El trabajo de campo que se realiza con método etnográfico focaliza en aquello que los actores hacen y dicen para comprender de qué modo dan sentido a sus prácticas.

La descripción del fenómeno socio-cultural que aquí nos ocupa en torno al mundo de los conocidos tiene en cuenta su constitución urbana en dos niveles: el material y el simbólico. El objetivo general de la investigación es comprender los modos nativos que hacen posible esta constitución volviéndola significativa para los actores, es decir, de valor. De manera específica, buscamos comprender las condiciones infraestructurales e imaginarias que hacen posible la creación de este *mundo*. Para el trabajo de análisis e interpretación se tuvo en cuenta un corpus de trabajo de campo realizado en distintos momentos y a lo largo de aproximadamente 30 meses entre los años 2010 y 2018. Este corpus se divide en dos partes:

- 1) Un conjunto de observaciones participantes (aproximadamente 30 hs.) realizadas durante la implementación del Banco Popular de la Buena Fe a nivel local con el objetivo de identificar las condiciones vernaculares que hacían posible u obstaculizaban su inserción entre las amas de casa de Villa Caliza (14 meses entre 2010 y 2014).
- 2) Un conjunto de participaciones observantes (aproximadamente 35 hs.) realizadas de manera complementaria a las actividades del microcrédito con el propósito de comprender la práctica vernacular de *hacer mandados* (16 meses entre 2010 y 2018).

3. El programa nacional de microcréditos y sus banquitos

Durante las décadas del 2000 y 2010, se implementó en la región centro bonaerense argentina un programa de microcrédito para sectores populares denominado *Banco popular de la buena fe*. Su puesta en marcha coincidió con el auge global de lo que se dio en llamar la *financiarización por lo bajo* (Guérin, 2015), una apuesta económica y política que, en el marco del neoliberalismo, promovió la imagen del homo economicus emprendedor en las filas desempleadas de la clase trabajadora. En Argentina, la ausencia de empleo de calidad y la proliferación de condiciones precarizadas de trabajo habían producido en las décadas de 1990 y 2000, lo que Robert Castel (1997) sintetizó como *la desafiliación* de los asalariados. En un sentido general y amplio, la filiación a la que se opone el fenómeno de la desafiliación consiste en la estructuración formal e informal de redes de cohesión y sostenimiento de la vida. Las instituciones que tradicionalmente habían acompañado al trabajador y a su familia durante los años de un capitalismo menos liberal, en su pugna contra el capital (como los sindicatos), vieron en este contexto cercenada su presencia y capacidad de movilización debido a la propagación de la informalización laboral. En este contexto, el microcrédito encontró a sus beneficiarios no sólo entre los trabajadores des-salariados y des-afiliados sino también, y, principalmente, entre sus mujeres, hermanas e hijas.

En este marco socio-histórico, el premio nobel de economía del año 2002, Mohamed Yunus creó la metodología Grameen. Esta se hizo rápidamente conocida por su ambición de bancarizar a los pobres. Como parte de un grupo de “Banquiers aux pieds nus” (banqueros descalzos), como los llama Servet (2006), Yunus ideó un modo innovador de volver fiables y dignas de crédito a poblaciones africanas y asiáticas desposeídas. Las personas con ingresos bajos no suelen ser consideradas para préstamos financieros debido al alto riesgo de no retorno del dinero. Para contrarrestar esta desventaja, el método Grameen echa mano a estrategias de ayuda mutua y a modos de organización solidarios preexistentes en la población local que sirven como reemplazo de la típica garantía económica monetaria o patrimonial (ambos recursos escasos entre los pobres). Por este motivo propicia que los microcréditos no se soliciten de manera individual sino de manera grupal, constituyendo grupos solidarios.

Desde el Estado nacional se concibió al *Banco Popular De La Buena Fe*, como política pública social, pensando, principalmente, en mujeres de sectores populares que no tuvieran empleo formal ni acceso al crédito bancario. La propuesta consistía en prestarles dinero a 0 tasa de interés para que pudieran financiar un emprendimiento, sea este productivo o comercial.⁵ En Argentina, el programa se popularizó a través de la promoción de la Economía Social y Solidaria. Se implementó por primera vez desde el Ministerio de Desarrollo Social del gobierno nacional de Néstor Kirchner en el año 2003 en articulación con asociaciones civiles locales. Su apogeo coincidió con un orden económico y político globalizador que se caracterizó por ponderar, a un mismo tiempo, el conocimiento local, sus saberes populares y el trabajo no asalariado. El debilitamiento de instituciones modernas, como los partidos políticos, y el socavamiento de la

⁵ La diferencia entre ambos radica en que se consideran productivos aquellos que implican la fabricación de un bien (por ejemplo, comida, vestimenta, etc.) y comerciales aquellos que no implican tal fabricación sino solamente su comercialización (re-venta).

capacidad de regulaciones y negociaciones (como las sindicales) que permitirían el fortalecimiento del salario formal de los productores directos, dejaron en la intemperie social a actores que, de encontrarse asalariados y/o viviendo en un Estado de Bienestar, accederían a mejores condiciones de vida. En este contexto, el microcrédito se constituyó, para los sectores populares, en una fuente más de trabajo precarizado e informal, imbuido de emprendedorismo, solidaridad e informalidad laboral.

El aporte monetario que al comienzo del ciclo del microcrédito realizaba el Estado era posteriormente gestionado a nivel local por ONGs. De acuerdo con estas organizaciones, el éxito del funcionamiento local del microcrédito dependía principalmente de dos factores que la Metodología Grameen identificaba como claves: 1) que se constituyeran grupos solidarios que tomaran crédito; 2) que todas las personas devolvieran el crédito tomado de modo que esta liquidez permitiera otorgar nuevos créditos; y un tercer factor de impronta nacional y popular, singular al contexto argentino: 3) que se crearan *banquitos* que no solo administraran el fruto de dinero dado y recibido sino que también fueran como una *casa* en la que los beneficiarios del programa sintieran que participaban y se comprometían con la *Patria*.⁶

Los principios técnicos de las microfinanzas y las aspiraciones políticas del nacionalismo con que el banquito se presentaba, resultaban extraños para las mujeres que se acercaban a las convocatorias. Su lenguaje económico y político no les era habitual. Sin embargo, cuando conseguían traducirlos y pensarlos no tanto con los conceptos económicos y políticos que repetían los promotores sino con *caras y lugares conocidos*, se convertían en una posibilidad o, más bien, un proyecto, al decir de la Metodología Grameen. Esta traducción siempre se producía cuando se producía la alusión imaginaria o el contacto real de personas que no les eran extrañas (vecinas, familiares, conocidas, amigas). Era con esas caras conocidas en mente que el valor de la iniciativa empezaba a cobrar sentido.

Ese sentido y ese valor nativamente construido se nos volvió evidente al observar el modo de proceder de Alejandra y otras prestatarias. Estas mujeres de manera creativa, ya desde las convocatorias y durante las siguientes 7 semanas, imaginarían los proyectos y los convertirían luego en hechos prácticos, contactando personas tanto de manera anticipada en su imaginación como física en sus cercanías. El modo en que Alejandra volvió disponible su red de conocidos nos permite ilustrar este punto:

Armamos un grupo enseguida... con la cantidad de gente que conozco del pueblo⁷... Salgo a hacer unos mandados en un rato, paso por lo de la Tota, que está siempre en la casa. Le cuento. Se va a prender. Le viene bien la plata para comprar harina y azúcar al por mayor para hacer los pastelitos. Después paso por lo de Marina que tiene un nene enfermo así que debe estar adentro de la casa también. Anda con ganas de revender sahumeros de esos caros, que salen más pero duran más también. Después la agarro acá a mi nuera que vive al lado de mi casa. Dejó la escuela y no tiene chicos. Tiene tiempo. Veo si la puedo meter en algo de la ropa. A la tía Rita la llamo. A la casa de esa sí que no voy ¡porque no

⁶ Se puede consultar Koberwein (2012) para profundizar este eje de análisis en torno a aspectos políticos y simbólicos de la política pública.

⁷ En la voz nativa expresada aquí, el término pueblo hace alusión a Villa Caliza.

la encuentro nunca! Anda todo el día en la calle. Bah, capaz que me la cruzo ahora si voy para abajo⁸. A esta hora (11:00hs) sabe andar por la panadería o la carnicería haciendo algún mandadito. Con el tema de la bijouterie esa que hace ella seguro que le viene bien la plata para comprar materiales. ¿Para la tarde ya tengo el grupo armado para pedir el crédito! ¿Cuándo arrancamos?

En este compendio de personas, actividades y lugares que Alejandra menciona con el propósito de ingresar al programa se presenta una serie de interesantes construcciones imaginarias que proveen de valor a las relaciones sociales de cercanía y a las energías disponibles en la proximidad de su barrio para concretarla. En primer lugar, las personas aparecen asociadas a lugares que les resultan próximos y cotidianos (la casa, el barrio, la zona comercial). Estos lugares, a su vez, forman parte de espacios por los que circulan habitualmente para realizar tareas de reproducción que se vinculan al aprovisionamiento de la unidad doméstica. En segundo lugar, la mayoría de las mujeres, excepto la mayor de ellas – la tía⁹ Rita- son imaginadas como estando en su casa (cocinando, cuidando niños enfermos o haciendo nada) con disponibilidad para “emprender”. Luego, la imaginada salida a la calle de Alejandra, quien ya se posiciona como líder del grupo, pone en marcha la acción del contacto personal con también imaginadas charlas (mayormente cara a cara y algunas telefónicas) en las que se haría evidente la utilidad del dinero para actividades que las mujeres ya realizan o que podrían realizar. En cuarto lugar, se menciona el hacer mandados como una oportunidad para encontrarse con gente. Finalmente, las amas de casa¹⁰ son concebidas como actuales o potenciales agentes económicos que producen artesanías y alimentos o revenden ropa y sahumerios.

La filiación tácita, contundente, con otras mujeres, que Alejandra imaginó desde un comienzo, constituye un fenómeno que es tanto económico como urbano. Supera su mera asimilación al comportamiento eficiente y pragmático. De hecho, antecede este comportamiento y lo hace posible. Lo trae a la existencia, al decir graeberiano, pues crea un valor social altamente apreciado en la sociabilidad pueblerina: la producción de relaciones que tienen por fundamento material y simbólico el *conocerse del pueblo*.

4. El valor urbano del pueblo

La vida en comunidad y en aglomeraciones poblacionales cada vez más densas ha producido a lo largo de la historia la posibilidad de generar una enorme riqueza social cuya contabilización material es casi imposible. En otras palabras, la vida urbana tiene la capacidad de producir un excedente urbano (Gravano 2020; Harvey, 2012) que es más amplio que el excedente económico cuantificado en datos estadísticos como el Producto Bruto Interno (PBI). Este excedente se forma a

⁸ Nativamente, en la voz de Alejandra, que habita en el barrio de Pueblo Nuevo, “para abajo” quiere decir “hacia el lado del centro, donde están los comercios”. Los actores usan “abajo” y “arriba” como indicadores espaciales. La urbanización se asienta sobre una superficie serrana y ondulante.

⁹ Cabe señalar que *tía Rita* es el apodo con que en el pueblo las personas se refieren a esta mujer, aunque no posean una relación de parentesco con ella.

¹⁰ Utilizamos el término ama de casa para referirnos al grupo de mujeres de Villa Caliza que combina las siguientes dos características: 1) se describen a sí mismas de ese modo al responder la pregunta ¿qué sos? ¿a qué te dedicas?; 2) contribuyen monetariamente a la unidad doméstica de una manera intermitente y en una proporción menor al *cabeza de hogar*.

partir de la cooperación social y la especialización productiva en las sociedades de clase. Una estructura social con clases trabajadoras, por un lado, y gobernante (políticas y religiosas), por otra, parece ser condición necesaria para la institución de la sociedad urbana a lo largo de la historia. Como afirma el arqueólogo de la revolución urbana, Vere Gordon Childe, la explotación de la clase trabajadora es la que sustenta el surgimiento de las ciudades y su desarrollo en la historia, pues “el capital requerido fue acumulado gracias a los ahorros obligatorios de las masas” (Childe, 1968: 90-91).

A estos ahorros forzados se suma, además, la capacidad humana de trabajar de manera organizada para mejorar la producción de un bien o un servicio. Como bien ha explicado Karl Marx (2017), la cooperación humana produce un resultado que es diferente a la suma de sus partes. En esa sinfonía orquestada de especializaciones productivas, cada habitante de la ciudad tiene un papel. Así como los albañiles erigen ciudades, las amas de casa construyen *mundos* habitables en ellas. El sistema urbano de Villa Caliza se compone de un conjunto de infraestructura, servicios y equipamiento, público y privado, resultado del proceso de urbanización capitalista desarrollado a partir de la explotación minera e industrial del cemento. El sistema de aprovisionamiento con que los trabajadores reproducen su vida aquí forma parte de ese sistema.

Con la disposición de infraestructura no basta para desarrollar vida urbana. Es preciso volverla humanamente habitable. Las personas necesitan poder imaginar allí un mundo, es decir, un cosmos que ordene el caos. Así como un edificio no se podría levantar con un solo albañil, un mundo familiar y deseable de conocidos no podría componerse de una sola persona. Necesita de más humanos y de más conexiones imaginarias (políticas, económicas, de parentesco) entre esos humanos. El trabajo de volver familiar lo desconocido forma parte de la reproducción que realizan los actores, pues la producción de lo imaginario da sentido a sus prácticas: las vuelve necesarias, relevantes, deseables. Las amas de casa, al sostener a lo largo del tiempo relaciones sociales de proximidad contribuyen a producir un sentido de familiaridad que suele asociarse con la comunidad.¹¹

Por otra parte, la visión maussiana del don ha contribuido a volver pensable un valor social que no se puede reducir a equivalentes monetarios. En su ensayo sobre el don, Mauss (2007) muestra de manera transhistórica y comparativa diferentes modos en que la obligación de dar, recibir y devolver organiza socialmente a la sociedad. Como bien señala Gaztañaga, esto permite a Mauss interpretar que “las personas tienden a concebir el orden social como producto del acuerdo mutuo; pero no en el sentido imaginado por Hobbes o los teóricos de mercado, sino en el sentido maussiano; entre personas que ya tienen compromisos profundos entre sí” (2013: 18).

Teniendo en cuenta que en la sociedad capitalista existe una innegable tensión entre esos acuerdos profundos y la conversión del valor en un equivalente, nos preguntamos a este respecto por la naturaleza de estos acuerdos en el contexto

¹¹ Con un mayor énfasis en lo político que en lo económico, en su ya clásico texto “Comunidades imaginadas”, Benedict Anderson (1993) aborda la cuestión de la construcción de la identidad y la comunidad política en diferentes escalas y se centra en la Nación como un ejemplo paradigmático.

urbano de poblaciones industriales contemporáneas. ¿Sería posible monetarizar el trabajo no remunerado que realizan las amas de casa al hacer mandados? ¿Cómo comprender antropológicamente lo que los actores conciben en una dimensión vivencial como de valor? ¿Sería posible producir un equivalente para medir y compensar el trabajo de aprovisionamiento?¹²

David Graeber nos aporta una interesante clave para responder estos interrogantes al sostener que la perspectiva marxista debe ser complementada con la maussiana para construir una teoría etnográfica del valor. Este desarrollo es necesario si nos enfrentamos a la paradoja que implica usar la misma palabra para hablar del valor en sentido económico y hablar del valor en sentido amplio humano (2013: 224) con el objetivo de desarrollar una antropología adecuadamente marxista (2013: 223). Si bien, sintetiza ciertas ideas que le permiten explicar de qué manera los valores crean mundos, sería equivocado creer que se trata de una propuesta ontológica o cosmológica. Su foco, más bien, está puesto en comprender de qué modo las personas, al producir relaciones sociales, crean por extensión seres humanos que se recrean a sí mismos y a los otros “en el proceso mismo de actuar en el mundo” (2013: 223). Puesto que el valor social es siempre un contraste (*comparison*, en el original, 2013: 226), éste solo puede realizarse frente a los ojos de otros. Es decir, requiere de una audiencia frente a la cual se ponga en marcha el acto de alcanzar aquello que es valorable. En las sociedades complejas, “existen varias arenas para la realización del valor, cada una de ellas producen reclamos totalizadores semejantes (...) lo que se dirime en la vida política en última instancia es la negociación de cómo estos valores y arenas se relacionarán unos con los otros” (2013: 226).

En línea con su interés por la creatividad humana, Graeber le asigna un papel crítico a la imaginación pues con ella se crean totalidades imaginadas que ponen en marcha la acción de lo valorable. Podría proyectarse su propuesta de la sociedad como una totalidad imaginada al pueblo de Villa Caliza, no en un sentido empírico o físico, sino en el sentido imaginario, simbólico y holístico que el término entraña. Si como Graeber afirma, la sociedad es esa audiencia imaginada ante cuyos ojos se realiza el valor, el pueblo que existe “mayormente en la imaginación de los actores” (2013: 226), constituye una arena simbólica para la realización del valor.

Podría decirse que tanto Marx como Graeber conciben a la capacidad humana de imaginar, la usina del valor y de lo que es valorable. El trabajo se vuelve humano cuando en él se presenta de manera creativa la humanidad o la condición humana. Es por su capacidad de representar (imaginar) lo que está antes, afuera y más allá de las situaciones prácticas concretas en las que las personas se involucran, que el trabajo de reproducción que realizan las amas de casa tiene valor humano –en el sentido arriba mencionado- además de biológico.

Este carácter imaginario del valor tiene consecuencias materiales. De hecho, De L’Estoile ha señalado que, incluso, el valor es más permanente que el dinero, o al

¹² Imaginemos el listado tarifario de un nomenclador de servicios prestados por amas de casa: ¿cómo podría establecerse la tarifa por hacer mandados? ¿qué remuneración podría reclamarse por crear, sostener y ampliar el mundo de los conocidos para el núcleo familiar, el vecindario, el pueblo y la ciudad? En este esquema, ¿se compensarían o se castigarían los minutos y horas dedicados a charlar con conocidos en negocios, casas y veredas?

menos tiene un carácter menos transitorio. Los actores de su etnografía repiten que “el dinero es bueno, pero un amigo es mejor”. Habitados a lidiar con la incertidumbre y la pobreza, estos campesinos orientan sus marcos de referencia hacia el futuro practicando la espera (2020: 56). El antropólogo interpreta esta espera nativa como “un horizonte de expectativas difícilmente reducible al cálculo economicista” (2020: 56). En mi caso de estudio y en el programa de microcréditos, las mujeres enfrentan la incertidumbre de un modo parecido, pues con sus prácticas parecen afirmar que el dinero es útil en el corto plazo, pero tener un robusto mundo de conocidos lo es a largo plazo. Esa temporalidad más amplia que exige la construcción de relaciones sociales que sustentan proyectos vitales¹³, ha sido también abordada por Fernández Álvarez en su estudio de la economía popular en Argentina. Al abordar el parentesco, la corporalidad y el afecto como dimensiones que constituyen la sustancia del “fierro” (categoría nativa que hace referencia al tren), la autora indaga en modalidades de aprovisionamiento “comúnmente consideradas no económicas, marginales o incluso improductivas, que contribuyen a garantizar la reproducción social e involucran sistemas colectivos para sostener la vida” (2019: 27). Su etnografía de la venta ambulante en trenes nos invita a pensar que el trabajo social de los vendedores se asemeja al de las amas de casa, pues ambos no están reconocidos socialmente de manera formal. El trabajo que tanto los vendedores ambulantes como las amas de casa realizan al circular para aprovisionar puede considerarse “en un sentido amplio, un servicio público ya que asegura prácticas y formas de cuidado a vecinos (...) o al barrio” (2019: 30).

Con un interés semejante, hemos desarrollado investigaciones en torno a la *oikonización* (Galarza 2016, 2022)¹⁴ para abordar procesos socioculturales que se constituyen a partir de la circulación por una infraestructura urbana pública y privada en la que se crean y mantienen relaciones primarias y secundarias de sociabilidad en una arena de lucha material y significacional. De manera específica, hemos analizado antropológicamente la práctica de *hacer mandados* (Galarza 2021) en las ciudades modernas como parte de una política que tiende a obstaculizar lo que Marx (1840) llamara la emancipación humana y que Gravano (2021) sitúa como parte de una dialéctica de lo público.

Teniendo en cuenta el papel asignado por Graeber a la imaginación y a lo imaginario en la realización del valor, resulta de utilidad su distinción entre las categorías de infravalor y metavalor. Los infravalores sirven para obtener valores, pero no lo son en sí mismos, es decir, son valores que se persiguen para conseguir otros valores (2013: 223). Los metavalores condensan valores económicos, políticos y morales a un mismo tiempo (2013: 233). Puesto que, de acuerdo con su teoría, los valores deben realizarse (volverse reales) en alguna forma socialmente reconocida, tanto material como simbólicamente, el poblado (físico) y el *pueblo*

¹³ Y que se distingue del corto plazo del intercambio.

¹⁴ Cabe señalar que este término se distingue del de *oikonomía* de L'Estoile cuya lectura fue posterior a las publicaciones aquí mencionadas. Comparto con este autor, sin embargo, un interés en las categorías griegas de oikos y polis y su utilidad para desnaturalizar nuestra comprensión moderna de la Economía y la Política. Tenemos también una preocupación común: queremos producir categorías que permitan exotizar procesos socio-culturales anclados en lugares cotidianos, tales como las casas.

(representado) funcionan como esa forma y medio. Es decir, son mucho más que un mero contexto, son una totalidad imaginada.

5. La proximidad y el aprovisionamiento ¿una intersección bancarizable?

En términos socio-antropológicos, la ciudad es más que el escenario o soporte material de la sociabilidad urbana, es su condición de posibilidad. En consecuencia, la proximidad no es sólo una relación social de cercanía física sino un conjunto de espacialidades urbanas domésticas y barriales, de impronta popular. La dimensión vivencial resulta clave para entender cómo se configura la circulación por estas espacialidades y su injerencia en el contexto del *banquito* y de lo que los actores experimentan como familiar y conocido.

En el *banquito* la productividad se asociaba frecuentemente con el “empoderamiento” de las mujeres, una palabra muy utilizada por los promotores del programa, que veían en la pro-actividad de cada mujer que se acercaba con un proyecto un ejemplo de esto. La promoción territorial que a menudo desarrollaban se encontraba con una tensión. Si bien, deseaban que las mujeres se “empoderaran” de manera colectiva, con frecuencia también le indicaban sus reparos. Le señalaban que era importante que se juntara con gente de confianza pues iban a adquirir juntas una deuda que en algún momento debían saldar. Ante estos reparos, las mujeres sencillamente afirmaban su elección de compañeras alegando “la conozco del pueblo”. Ese conocimiento les parecía una base lo suficientemente firme como para erigir sobre ella proyectos tanto individuales como grupales.

La habilidad de las amas de casa para gestionar rápidamente relaciones barriales y de parentesco les permitió solicitar y cobrar microcréditos.¹⁵ Este grupo se autodenominó “Flor de Loto”, en sintonía con la vinculación a los temas de la India que tenían algunos proyectos. Como tomadoras de crédito fueron ejemplares: no sólo devolvieron en tiempo y forma el primer crédito otorgado, sino que luego tomaron dos más (llamados re-créditos) por montos cada vez mayores que fueron asimismo devueltos en tiempo y forma.

Los promotores estaban satisfechos. Atribuían el éxito de “Flor de Loto” a sí mismos, a su virtud de personas responsables (“buena gente”) y al conocimiento técnico con el que habían sido capacitados y por el que cobraban una beca. Este conocimiento consistía principalmente en aplicar “Los 7 pasos”, un modelo en fases sugerido por la metodología Grameen para crear lazos sociales de confianza y ayudas mutuas. Sin duda, las técnicas de cohesión grupal y armado económico de proyectos que éstos implementaron luego de aplicar los llamados 7 pasos (con su consecuente proyección de inversión, costos fijos, costos variables y ganancias) resultaron de utilidad. No obstante, en un sentido urbano, el “conocerse del pueblo” jugaba un papel tan importante como el de la organización económica de cada emprendimiento. O quizás más.

Un hecho resultaba evidente respecto a la dinámica local de proximidad que el *banquito* necesitaba para funcionar. Su propia existencia se hacía posible gracias a

¹⁵ Por ejemplo, en el caso del grupo de Alejandra: uno para ella, otro para Tota, uno para Marina, otro para tía Rita y, finalmente, uno para la nuera de Alejandra.

dos elementos que aparecían frecuentemente asociados en el discurso nativo al *mundo de los conocidos*: a) El conocimiento de personas con disponibilidad para iniciar algo (proyectos) y b) El efectivo ejercicio físico de este conocimiento en recorridos por casas y comercios del pueblo.

Cuando las mujeres que acudían al banquito respondían a mi pregunta de cómo se conocían entre ellas, lo hacían referenciando principalmente la proximidad espacial y las relaciones de parentesco (de grados diversos de lejanía y cercanía). Así se expresa en las siguientes voces de prestatarias¹⁶:

Con la Tota nos conocemos del barrio de toda la vida. Yo hace 20 años que me vine a vivir acá y ella tiene su casita debe hacer como 30... Vivimos siempre a 3 cuadras de distancia. Así que dos por tres¹⁷, le compro pastelitos (Alejandra, entrevista personal).

A Norma la conozco porque el marido tiene una verdulería en el barrio. A veces voy y le compro algo. Me queda cerca. Aparte el marido está casado con una prima de mi marido así que somos medio parientes, aunque no nos visitemos muy seguido (Patricia, entrevista personal).

A las chicas con las que estoy en el banquito las conozco del pueblo. A la que más conozco es a Alejandra... Añares... Vivimos las dos en el mismo pueblo ¿¡No nos vamos a conocer?! Con la Tota, igual. A Gabriela la tengo vista del barrio y de la pizzería que tiene el marido cuando voy a comprar. Siempre me saluda. A Micaela que es jovencita no la traté nunca pero es la nuera de Alejandra así que la conozco de ahí... Está juntada con el hijo más grande de ella que se separó el año pasado. Micaela es hija de mi vecina: la Pichy. La veo cuando viene a visitar a la madre (tía Rita, entrevista personal).

En la voz nativa, el conocerse del pueblo se referencia espacialmente en la proximidad habitacional y comercial. Tanto Alejandra como Patricia y tía Rita mencionan lo cerca que viven unas de las otras. También hacen mención al hecho de proveerse de comida en negocios que gestionan las mismas mujeres (pasteles) o sus parejas (verdulería, pizzería). Resulta evidente también que en los casos en que el *conocerse del pueblo* tiene un desarrollo temporal prolongado (30 o 40 años como sucede con Tota, tía Rita y Alejandra) la vivencia de la confianza es mayor. Entre estas 3 mujeres (de entre 60 y 70 años), la confianza se sustenta en el paso del tiempo y su sedimentación en historias de vida que entrelazan momentos compartidos. En cambio, cuando en la relación participan mujeres más jóvenes (Micaela ronda los 20 y Gabriela los 30) esa confianza necesita ser reforzada con otros componentes. Es así, que se esgrimen valores que funcionan como tokens¹⁸ de garantía de conocimiento tales como filiaciones remotas (prima del marido, nuera de la conocida, hija de la vecina). Siguiendo a Graeber consideramos que la proximidad espacial y las lejanas filiaciones parentales (sanguíneas y políticas) constituyen valores que hacen posible y vehiculizan el conocimiento y la confianza

¹⁶ Nombre dado por los promotores del microcrédito a las beneficiarias del programa.

¹⁷ Argentinismo que expresa "con frecuencia".

¹⁸ De acuerdo con Graeber, los tokens son encarnación de valores que se pueden obtener de una manera más o menos formalizada. Explica su funcionamiento de manera específica al valor del honor del siguiente modo: "los símbolos (tokens) de honor encarnan el valor de la conducta honorable, pero uno se conduce ampliamente de modo honorable para obtenerlos" (2013: 226, traducción de la autora).

mutuas. De este modo, los actores vuelven significativa la proximidad espacial como una imaginaria totalidad en la que de algún modo están conectados. Esta ampliación de la red de relaciones sociales de conocidos es resultado de una intersección entre la cotidianidad barrial, el aprovisionamiento comercial y la filiación de parentesco lejana/cercana.

6. Amas de casa que *van y vienen*

Esta intersección provee a las mujeres de una plataforma por donde circular entre conocidos que excede ampliamente el contexto del *banquito*. Esa plataforma no sólo antecede en términos espacio-temporales a la política pública, sino que, además, la sucederá. En la perspectiva nativa, el mundo de los conocidos es mucho más importante que el programa de microcréditos:

Yo vengo acá (al banquito) porque la conozco a Alejandra y ella me pidió... No es que no me interese, pero es más por ella que estoy (Micaela).

Siempre me la cruzo a la tía Rita en la calle ¿;Mirá si le voy a decir que no a lo del banquito!? ¿Después con qué cara la miro? (Gabriela).

Yo voy religiosamente a todas las reuniones y pago las cuotas. Hago todo o le aviso a alguien para que vaya a pagar la cuota por mí, así después no me sacan el cuero en el pueblo (Tota).

Así como las palabras de Micaela y Gabriela indican que existen obligaciones sociales condicionando la aceptación o rechazo a la participación en el programa, en las de Tota aparecen otros dos fenómenos de relevancia: el chusmerío¹⁹ y la alta tasa de deserción. No todos los grupos de los banquitos eran tan exitosos como Flor de Loto. De hecho, en Villa Caliza la proporción era de 2/3: 2 de cada 3 grupos, fracasaban. Los grupos tomaban el crédito y no devolvían el dinero; a veces, ni siquiera la primera cuota. Esto era considerado un fracaso desde el punto de vista de los promotores que explicaban tal comportamiento como “falta de compromiso y participación”. Las beneficiarias, por su parte, hablaban entre sí respecto a las credenciales de buenas o malas pagadoras que sus compañeras tenían. Sus alusiones solían referenciarse con el aprovisionamiento en los comercios del pueblo. Se les escuchaba decir respecto a otras beneficiarias cosas tales como: “desapareció y nunca más pagó”, “al almacenero le quedó debiendo como un mes de fiado”, “no se lleva bien con nadie”, etc.²⁰

Al *hacer mandados*, las mujeres encontraban una oportunidad para hablar de personas ausentes de la conversación *-chusmear*, en términos nativos- y producir imágenes de buenas prestatarias, “muy pagadoras”, de acuerdo a sus propias palabras. Esta práctica es un ámbito de socialización de gran recurrencia en el poblado. Las amas de casa de Villa Caliza la realizan al menos 3 veces al día, durante la mañana y la tarde, de lunes a sábado, y ocasionalmente también domingos. Consiste en abandonar el espacio de la unidad doméstica con el propio

¹⁹ El chusmerío es la práctica por la que se vuelve pública información privada de personas que se encuentran ausentes de la reunión o conversación en que se habla de ellas.

²⁰En otro trabajo hemos estudiado los modos nativos con que se concibe la deuda y su cancelación. La perspectiva emic señala que el tiempo dedicado a las reuniones del *banquito* forma parte de lo que las amas de casa consideran valioso. Esa valorización les permite al mismo tiempo saldar imaginariamente su deuda con el Estado (Galarza, 2019).

cuerpo²¹ y desplazarse por un circuito urbano de comercios de proximidad para adquirir bienes y servicios necesarios para la reproducción de la unidad doméstica (Galarza, 2021).

En el marco de las prácticas de este tipo de aprovisionamiento, los actores encuentran personas disponibles con las cuáles hacer cosas, tales como, charlar, proveerse de alimentos, tejer relaciones de parentesco, enterarse de trabajos, etc. Esa disponibilidad es un recurso valioso para la sociabilidad de proximidad, pues sin ella no puede desarrollarse. Su contenido recuerda lo observado por de L'Estoile en relación al ser una "buena persona" en la zona rural de Pernambuco y lo que allí significa en un sentido aristotélico "vivir y vivir bien" (2020: 64). De manera semejante, en Villa Caliza existe una estrecha relación entre ser "una persona de bien" y "ser de pueblo". Múltiples significados se asocian a esta red de sentidos. Sin desconocer la importancia que los valores morales tienen para el modo en que nativamente se distingue lo bueno de lo malo y de la incidencia específica que esto tiene sobre la producción de subjetividades, quisiera ocuparme brevemente de lo que los actores categorizan no tanto como bueno/malo sino más bien como deseable/indeseable.

Conocer gente del pueblo y en el pueblo es deseable porque motoriza una acción que vivencialmente hace bien. Los actores valoran muy positivamente el hecho de que "al conocer gente del pueblo te tratas más, con más personas", "tenés más cosas para hacer", "visitas a uno, visitas a otro" y "te enterás de todo". Esto resulta deseable no solamente en un sentido pragmático y utilitario, sino también y principalmente en un sentido sensorial, resulta satisfactorio para el cuerpo. Así lo sintetiza cristalinamente Alejandra:

Yo voy y vengo todo el día. Saludo a uno, saludo a otro. Me trato con todo el mundo. Conozco a todos acá en el pueblo. Me gusta callejear, andar en la calle. Ir de arriba para abajo y de abajo para arriba. Me hace bien a la cabeza y al cuerpo. Si me quedo mucho en mi casa, empiezo a sentir molestia. Hasta me empieza a doler el cuerpo (Alejandra, observación participante en el contexto de prácticas de aprovisionamiento de víveres).

Cabe interpretar que la molestia a la que se refiere la actora no es sólo física sino también socio-cultural. Indica como causa la ausencia de sociabilidad pueblerina. Estar mucho en casa obstaculiza la posibilidad de *ir y venir*, subir y bajar y construir y/o ampliar la red de conocidos.

Las prácticas con que se aprovisionan de víveres los hogares señalan cuán importante es, desde el punto de vista nativo que su vivencia sea deseable y deseante. Esto hace posible que los actores produzcan y reproduzcan el aprovisionamiento estructural de las unidades domésticas con un vivido sentido de circulación, movimiento, libertad y curiosidad. El modo en que estas mujeres se "juntaron", como dicen ellas, señala que existía desde antes de la política pública que las convocó, una red de proximidad que hizo posible el armado del grupo. Ese

²¹ El ama de casa dispone también de los miembros más jóvenes de la familia para realizar estas tareas. Los niños comienzan a edades tan tempranas como los 5 o 6 años a "hacer mandados" para sus propios familiares y/o vecinos. En los casos, en que la destreza del habla y la memoria aún no se encuentra lo suficientemente desarrollada, los adultos proveen de listas de compras a los niños para que estos se las entregan a quiénes atienden en los comercios adónde acuden.

“mundo de los conocidos” que se da en el poblado tiene el potencial de articular las unidades domésticas al vecindario y ampliar escalarmente la proximidad a cada vez más personas, construyendo así la totalidad imaginada del *pueblo* o la *ciudad*. Ese mundo forma parte de una creación que implica tanto una filiación remota – que permite estructurar relaciones de confianza y de bienestar sensorial- como una praxis urbana - permite contribuir a la producción de excedentes urbanos gracias a la cooperación y a la asociación de personas del pueblo.

7. Conclusiones

Mohammed Yunnus, el premio Nobel de economía, creador de la idea del “microcrédito para pobres” y Alejandra, la activa vecina de Villa Caliza, entienden la importancia del mundo de proximidad para producir riqueza social. Este mundo material y simbólico es nativamente construido como una totalidad social imaginada y su riqueza no es sólo económica en sentido restringido, sino, principalmente social, en sentido amplio. Por este motivo, no encuentra siempre un equivalente monetarizable y tanto el economista como la vecina, le dedican tiempo a su construcción y comprensión.

La producción de este excedente de cooperación es más que la suma de sus partes individuales. Se genera sobre la base de una infraestructura doméstica y comercial cuyo uso cotidiano por parte de las amas de casa produce la multiplicación de sus interacciones. Su resultado es una actividad humana que se desarrolla en espacios públicos y privados, por los que se circula al realizar acciones para reproducir la vida. La actividad que así se genera provoca un valor que no tiene la capacidad de poder ampliarse constantemente. El crecimiento de este valor se sostiene sobre la base de la realización del infravalor del aprovisionamiento y el metavalor del conocer gentes en/del pueblo.

El sentido de autonomía con el que realizan estas tareas, involucrándose personalmente en su consecución, puede hacernos olvidar el sentido colectivo de su praxis. De allí, la importancia de registrar aquellas prácticas informales no institucionalizadas que permiten crear la cercanía vivida entre personas que comparten una urbanización de la escala del poblado. Existe, por tanto, un límite a la ampliación de valores pues si bien hay una disponibilidad humana a la que puede siempre echarse mano, su volumen en urbanizaciones de escala pequeña dista de ser infinito. Crece y se amplía, pero a una velocidad lenta, que depende del crecimiento generacional local. Parecería como si el ritmo lento de producción de humanos pautado por la biología se compensara por el acelerado ir y venir de las madres en las casas y en los negocios del pueblo. De este modo, las prácticas de aprovisionamiento sirven tanto a la reproducción biológica de los actores como a la producción del cosmos pueblerino, un mundo que se vive como familiar, cercano y lleno de certidumbres.

Me propuse en este trabajo seguir la pista nativa y su producción imaginaria en torno al *conocerse del pueblo*. El verbo anti-esencialista que usan las amas de casa al hablar del *mundo de los conocidos* fundamentó mi deseo de comprender de qué modo estas mujeres traían a la existencia sus proyectos. Al fundamentar la realización del valor diciendo “las conozco del pueblo”, en lugar de decir “somos del mismo pueblo”, operan de un modo económico singular. No construyen el valor

alrededor del ser o de la identidad sino en torno al movimiento del ser: el conocer. La dialéctica implícita en el *conocer* analizado nos conduce a pensar que la riqueza que se produce de este modo durante el aprovisionamiento en contextos urbanos vividos con relaciones de proximidad, posee una temporalidad y unos propósitos que tienen el poder de constituirse en metavalores. Estos valores pueden sintetizar el carácter político, moral y económico de la totalidad imaginaria del *pueblo* y del conocerse gracias a él.

8. Referencias bibliográficas

ANDERSON, Benedict (1993) *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.

BOIVIN, Mauricio; ROSATO, Ana y ARRIBAS, Victoria (2010) *Constructores de otredad: una introducción a la antropología social y cultural*. Buenos Aires: Antropofagia.

CASTEL, Robert (1997) *La metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salario*. Buenos Aires: Paidós.

De L'ESTOILE, Benoit (2020) "El dinero es bueno, pero un amigo es mejor. Incertidumbre, orientación al futuro y 'la Economía'" *Cuadernos de Antropología Social*, 51, 49-69.

DI VIRGILIO, Mercedes.; FRISCH, María Agustina.; PERELMAN, Mariano (2022) "La pandemia territorializada: La vida cotidiana en dos barrios de Buenos Aires" *Estudios de Sociología, Araraquara*, 27, 1, 1-20.

FERNANDEZ ALVAREZ, María Inés (2019) "Relaciones de parentesco, corporalidad y afectos en la producción de lo común: reflexiones a partir de una etnografía con trabajadores de la economía popular en Argentina" *Revista de Estudios Sociales*, 70, 25-36.

GALARZA, Bárbara (2016) "La producción de lo público en el Oikos" En: Actas VIII Jornadas "Santiago Wallace" de Investigación en Antropología Social, SEANSO-ICA, FFyL-UBA. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, p. 825-835.

GALARZA, Bárbara (2019) "Entre solidarité standardis e et solidarité ren goci e : (re-)pr sentations de dettes dans un programme de microcr dit argentin", *Etnográfica*, vol. 23 (3), p. 557-578.

GALARZA, Bárbara (2021) "La oikonizaci n de la ciudadanía urbana" *Tabula Rasa*, 38, 303-325.

GALARZA, Bárbara (2022) "La etnografía de la oikonizaci n y el descentramiento", En: Constanza Caffarelli (edit): *Política y Pública*. Olavarría: Editorial UNICEN.

GAZTAÑAGA, Julieta (2018) "Valor, acción, proceso y totalidad: notas hacia una teoría antropológica del valor". En: Graeber, David *Hacia una teoría antropológica del valor*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, p. 13-24.

GODELIER, Maurice (2002) "Romper el espejo de sí". En: Ghasarian, Chrisitan (edit.) *De la etnografía a la antropología reflexiva*. Buenos Aires: Ediciones del Sol. Cap. 8, p. 193-213.

- GORDON CHILDE, Veere (1973) *Los orígenes de la civilización*. México: Fondo de Cultura Económica.
- GRAEBER, David (2013) "It is value that brings universes into being". *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, 3 (2), 219-243.
- GRAVANO, Ariel (2020) "La imaginación antropológica" En: Ariel Gravano (Edit) *Antropología de lo urbano*. Tandil: Editorial UNICEN, p. 47-65.
- GRAVANO, Ariel. (2020) *Antropología de lo urbano*. Tandil: Editorial UNICEN.
- GRAVANO, Ariel (2021) "Apuntes para una dialéctica de lo público". *Anacronismo e irrupción. Revista de Teoría y Filosofía Política Clásica y Moderna*, 11(21), 388-413.
- GUERIN, Isabelle (2015) *La microfinance et ses dérives. Emanciper, discipliner ou exploiter?* Paris: Demopolis.
- HARVEY, David (2012) *Ciudades rebeldes, del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Madrid: Akal.
- KOBERWEIN, Adrián (2012) *Microcrédito, relaciones personalizadas, economía y política. El crédito para los pobres, de Bangladesh a la Argentina*. Buenos Aires: Antropofagia.
- MARX, Karl (1936 [1840]) *La cuestión judía*. Buenos Aires: Biblioteca dialéctica.
- MARX, Karl (2017) *EL capital*. Madrid : Siglo XXI.
- MAUSS, Marcel (2007) *Essai sur le don*. Paris: Presses Universitaires de France.
- NAROTZKY, Susana (2007) El lado oculto del consumo. *Cuadernos de antropología social*, (26), 21-39.
- SERVET, Jean Michelle (2006) *Banquiers aux pieds nus : la microfinace*. Paris, Odile Jacob.
- SINGER, Paul (1981) *Economía política de la urbanización*. México: Siglo XXI.