



WHITE PAPERS

20
23

ESTUDIOS ETNOGRÁFICOS PARA LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS

Resumen

En un mundo cada vez más consciente de la importancia de la equidad social y la sostenibilidad ambiental, la minería y, en general, las industrias extractivas, se encuentran en un punto crítico.

Con el Consentimiento Libre, Previo e Informado [FPIC] convirtiéndose en una tendencia global, las implicancias para la minería son significativas y, a menudo, retadoras. Este documento se adentra en la riqueza de los estudios etnográficos y cómo pueden ser utilizados para tomar decisiones estratégicas en la industria minera.

En el contexto de la minería y su interacción con las comunidades locales e indígenas, los estudios etnográficos se destacan como una herramienta esencial para informar las decisiones estratégicas. La etnografía, con su análisis detallado de las culturas locales, es crítica para enriquecer las prácticas de la industria minera en este contexto. Estos estudios pueden informar la generación de estrategias de compromiso que sean respetuosas con la diversidad cultural, ayudar a mitigar los riesgos sociales y facilitar la implementación efectiva del principio FPIC. Asimismo, la etnografía puede orientar la inversión social de las empresas mineras para asegurar una distribución equitativa de los beneficios.

Al entender profundamente las necesidades y prioridades de las comunidades locales, la etnografía puede ayudar a las empresas mineras a contribuir de manera más efectiva al desarrollo sostenible. En este sentido, la etnografía tiene como objetivo ir más allá de la comprensión, y ser un medio para una acción informada y respetuosa, proporcionando claves para una industria minera más inclusiva, responsable y sostenible.



Introducción

El Perú es un país multicultural. Actualmente, el Ministerio de Cultura tiene registrados 55 grupos étnicos, 51 de la amazonía y 4 de la sierra, que se encuentran en 22 de los 25 departamentos a nivel nacional, en un proceso que se inició el 2013 con la apertura de la Base de Datos de Pueblos Indígenas u Originarios (BDPI) y se intensificó a partir del 2015 con la publicación de la Guía Metodológica para la Identificación de Pueblos Indígenas u Originarios. Al momento, la BDPI tiene registradas más de 9,000 localidades, y se esperaría que al 2030 se sumen alrededor de 1,000 localidades más.

Los pueblos indígenas del Perú, especialmente los de los Andes, han pasado por una serie de circunstancias históricas que los han forzado a transformar, adaptar e incluso invisibilizar sus creencias y prácticas culturales. De otro lado, el racismo, la discriminación y la redefinición de su identidad como una identidad territorial y económica antes que cultural [“comunidades campesinas”] llevaron a que buena parte de la sociedad peruana perdiera de vista que la tradición cultural andina seguía y sigue siendo un eje fundamental en la vida cotidiana de gran cantidad de comunidades rurales, pese a que desde la antropología se seguía registrando la permanencia de estas creencias y tradiciones, conocimientos ancestrales, formas de relación con el medio ambiente, prácticas de economía solidaria y organización social basada en principios comunitarios a lo largo del territorio andino.



Fuente: <https://bdpi.cultura.gob.pe/mapa-interactivo>

De otro lado, el FPIC es una tendencia global que tiene implicancias significativas para la industria minera. Al garantizar que los pueblos indígenas y las comunidades locales tengan una voz en las decisiones que les afectan, el FPIC ayuda a prevenir conflictos y a fomentar relaciones de respeto y confianza mutua entre las empresas mineras y las comunidades en las que operan. Esto no solo puede reducir los riesgos asociados con los conflictos sociales y las protestas, sino que también puede mejorar la reputación de las empresas mineras y su aceptación por parte de la comunidad.

Asimismo, el FPIC contribuye a que las comunidades tengan un papel crucial en la determinación de cómo se distribuyen los beneficios de la minería, contribuyendo a una distribución más equitativa de los beneficios y al desarrollo sostenible de las comunidades locales, y consecuentemente, un rol más activo en los procesos sociales y políticos en sus territorios, en base a sus conocimientos, prácticas y tradiciones.

Estos procesos han llevado a que actualmente el Perú se encuentre en un proceso de redescubrimiento de las tradiciones culturales vividas en las comunidades rurales.

Esto plantea retos y oportunidades para las empresas mineras operando en comunidades rurales de tradición cultural andina: De un lado, el reto es el de incorporar la cultura en la gestión social [tradicionalmente enfocada en los aspectos económicos y políticos de las comunidades rurales], y, de otro lado, la oportunidad que emerge es la de, incorporado este aspecto, plantear relaciones más profundas, respetuosas y atadas en la forma de vida cotidiana de las comunidades en las que el proyecto se desarrolla.

La etnografía es la estrategia por excelencia para entender, describir y analizar la manera en que la cultura y las tradiciones permean cotidianamente la vida social, política, económica de una comunidad, así como sus dinámicas territoriales, la espiritualidad, el arte y la recreación. La base de la etnografía es la convivencia de los investigadores sociales con las familias de la comunidad durante un período de tiempo suficiente para lograr un aprendizaje profundo de “lo que se dice, lo que se hace y lo que se dice que se hace”, descubriendo de esa manera los significados culturales profundos y las prácticas cotidianas que muchas veces son poco accesibles para los foráneos. Estos significados y prácticas no son capturados por otros tipos de estudios ni cercanamente en amplitud y profundidad como en un estudio etnográfico.



¿Qué es la etnografía?

La etnografía es la principal herramienta de la antropología y las ciencias sociales para proporcionar una comprensión profunda y representación interpretativa de las culturas humanas. Su objetivo principal es entender y explicar la vida cotidiana de un grupo social desde su propia perspectiva, analizando sus creencias, prácticas y productos en el contexto social y cultural en el que se desarrollan.

Para lograr esto, la etnografía busca, a través de la convivencia e interacción cotidiana del etnógrafo con las familias locales, registrar las experiencias y perspectivas de los participantes, identificando patrones y prácticas culturales, significados simbólicos, valores, creencias, formas de comunicación y estructuras y relaciones sociales de un grupo humano específico en su contexto social. La etnografía articula estas experiencias y perspectivas del grupo social con un enfoque holístico e interpretativo, con el objetivo de obtener una comprensión contextual, profunda y sistémica de la cultura, recogiendo tanto los aspectos visibles como las prácticas sociales subyacentes y las visiones del mundo que les dan sentido.

Por ello, la etnografía es a la vez una metodología de investigación, un enfoque analítico y un producto reflexivo e interpretativo.

La etnografía como metodología

Se basa en la inmersión directa del etnógrafo en el entorno que se está estudiando, lo que implica vivir y participar activamente en la vida cotidiana de las personas durante un período de tiempo prolongado. A través de la observación participante, las conversaciones cotidianas, las historias de vida y el análisis de narraciones, documentos y artefactos culturales, el etnógrafo busca comprender las prácticas, creencias, valores y relaciones sociales de la comunidad en estudio.

La etnografía como enfoque de investigación

La investigación etnográfica requiere del etnógrafo un *mindset* específico, que se caracteriza por la visión holística, sistémica e integral; la capacidad de extrañamiento; la neutralidad valorativa; el entendimiento de las prácticas, símbolos y significados desde la perspectiva del propio grupo social; y la reflexión acerca de ello de una forma a la vez contextualizada, comparativa y apoyada en la teoría antropológica y social. Este *mindset* se desarrolla no solamente con la formación teórica y metodológica, sino con la experiencia y un conocimiento etnográfico amplio.

La etnografía como producto reflexivo e interpretativo

Es el resultado de la aplicación de esta metodología y este enfoque para describir de manera profunda y detallada uno o más aspectos de la vida social y cultural de la comunidad en estudio y comprender de manera sistémica cómo éstos aspectos de la vida cotidiana se interconectan, se influyen e interrelacionan, brindando no solamente conocimientos descriptivos sino, sobre todo, un entendimiento integral de la lógica profunda de la cultura local y la manera en que explica las conductas, prácticas y relaciones de sus miembros hacia dentro y hacia fuera de su grupo social.

Esta triple faceta de la etnografía permite, a diferencia de otros enfoques de investigación cualitativa, capturar con mayor fidelidad la complejidad y la dinámica de la vida cotidiana de una comunidad, considerando su contexto social, histórico y cultural; construyendo el conocimiento desde la perspectiva de los participantes, dándoles voz y permitiendo la comprensión rica y profunda de su cultura, en sus propios términos.

El aporte de la etnografía a la gestión social

Algunas de las ventajas estratégicas de incorporar la dimensión cultural en la gestión social y los procesos de toma de decisiones del proyecto a través de la implementación de estudios etnográficos son:

ACCESO A TIERRAS Y REASENTAMIENTO

En general, las familias de las comunidades rurales andinas manejan un portafolio diversificado de actividades económicas complementarias que les permiten gestionar los riesgos inherentes a cada actividad asegurando el sustento del grupo familiar. Esto involucra el acceso a tierras en diferentes pisos ecológicos y en diferentes sectores, comunidades e incluso regiones – a través de la migración. El acceso puede ser directo, mediante la posesión, o indirecto, mediante el alquiler o acuerdos de aparcería. Procesos como la compra de tierras, el reasentamiento y las cesiones en uso afectan este sistema económico, social y territorial. La etnografía permite identificar ese portafolio de actividades económicas, cómo se integran en la economía familiar, cómo se articulan territorial y socialmente y cuál es el papel de la migración en estos procesos.

De manera similar, la etnografía permite entender los aspectos históricos, simbólicos, sociales y políticos que configuran la forma en que una comunidad gestiona su territorio y los recursos naturales; aspectos en los que podrían generarse impactos sustanciales pero inadvertidos en un proceso de compra de tierras o, más aún, de reasentamiento.

INVERSIÓN SOCIAL PARA EL DESARROLLO

Las familias rurales andinas construyen una visión propia de lo que significa el desarrollo para ellas y para su comunidad, la finalidad de este proceso, las estrategias para lograrlo, la ética y forma de actuar a nivel personal y familiar que debe seguirse para poner en marcha esas estrategias de desarrollo. Estas visiones de desarrollo están ancladas en la deriva histórica familiar y comunal, las condiciones socioeconómicas en las que se encuentran y los valores y prácticas culturalmente condicionadas en relación con lo que significa el bienestar. La etnografía permite identificar esta visión de desarrollo a nivel tanto de las comunidades como de las familias, sus aspiraciones y sus expectativas de futuro permitiendo adecuar la inversión social de la empresa al logro de las visiones locales de desarrollo de modo que se propicie procesos efectivos de desarrollo sostenible y no se genere la percepción de un desarrollo impuesto y desalineado con sus intereses y valores más profundos.

NEGOCIACIONES Y ACUERDOS

Los enfoques más populares de negociación promueven centrarse en los intereses antes que en las posiciones. Sin embargo, los intereses derivan de un serie de aspectos más profundos como los valores (que son culturalmente condicionados), la cosmovisión (que se construye culturalmente), y las formas de vida (que derivan de la interacción de un grupo cultural). De otro lado, los procesos de negociación están condicionados por la construcción cultural del “otro” foráneo y minero, las relaciones de poder, las tensiones históricas, lo que se considera negociable, y lo que se considera adecuado y aceptable en una negociación- aspectos todos culturalmente contruidos. El estudio etnográfico permite identificar los aspectos culturales profundos sobre los que se construyen los aspectos sustantivos y de proceso en las negociaciones y acuerdos entre las comunidades rurales y las empresas extractivas, permitiendo así construir protocolos culturalmente apropiados para los procesos de establecimiento de relaciones, construcción de confianza y negociación de buena fe.

COMUNICACIÓN

La etnografía permite identificar cuáles son los procesos más significativos para la producción y reproducción social y cultural de las familias y comunidades de raíces andinas o amazónicas. Permite entender la importancia y prioridad real que tienen las diferentes actividades de la vida cotidiana de la población y los eventos periódicos en la vida comunitaria para la creación y sostenimiento de su identidad, así como para la cohesión social y la acción colectiva de la comunidad. Con ello, la empresa puede construir su estrategia de comunicación y relacionamiento articulando el discurso en torno a los aspectos culturalmente más significativos de la vida cotidiana de la comunidad y las familias locales, logrando así una apropiación más directa y procesos comunicacionales que generen mayor *engagement*.

IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE IMPACTOS SOCIALES

Los estudios etnográficos también permiten identificar de manera más comprehensiva los posibles impactos sociales y culturales de la actividad minera en las comunidades locales. Al lograr una mirada integral, holística y sistémica de la dinámica social y cultural y sus interacciones, permite un visión más articulada de la forma en que el proyecto podría afectar la identidad cultural, la cohesión social, las prácticas tradicionales, el acceso a los recursos naturales y la gestión territorial de las comunidades. Al tener una comprensión clara de estos impactos, las empresas pueden implementar medidas de mitigación y compensación adecuadas, minimizando los posibles conflictos, generando confianza en las comunidades y promoviendo un escenario de trabajo conjunto y entendimiento mutuo.

El enfoque de CCPM

En CCPM Grupo Consultor entendemos que los estudios sociales, incluyendo las etnografías, deben adaptarse a las necesidades específicas de los clientes según su etapa en el ciclo de vida, su historia de relacionamiento y sus objetivos a corto, mediano y largo plazo; así como también deben adaptarse a sus procesos y dinámica de toma de decisiones. Para ello, hemos desarrollado estrategias metodológicas etnográficas variables en alcance y amplitud que permiten integrar fluidamente el conocimiento de la cultura local en los procesos de gestión de la empresa.

ESTUDIO ETNOGRÁFICO INTEGRAL (EEi)

Descripción profunda de los diferentes aspectos de la cultura local, explicando sus interacciones y los factores que influyen en su dinámica y transformaciones – incluyendo el papel del proyecto extractivo en ello:

- Historia y etnohistoria local.
- Características socioculturales, identidad local y cosmovisión.
- Características sociopolíticas y organizacionales.
- Estrategias de medios de vida.
- Gestión y concepciones del territorio y los recursos naturales.
- Dinámicas demográficas y territoriales.
- Ciclos anuales de actividad.
- Visiones y estrategias de desarrollo de las familias y las comunidades.

Este proceso involucra un trabajo de campo de convivencia prolongada de un equipo base de etnógrafos (un varón y una mujer) en el área de estudio.

Los productos elaborados destacan hallazgos y recomendaciones de acción a través de documentos textuales y presentaciones dirigidas a implementadores, tomadores de decisiones y la Alta Gerencia del proyecto.

ESTUDIO ETNOGRÁFICO ESPECÍFICO (EEe)

Orientado a indagar por los aspectos culturales relacionados a un tema específico de interés de la empresa en función de sus necesidades de toma de decisiones en el corto o mediano plazo. En este caso, se busca una descripción profunda del tema en cuestión y se exploran sus ramificaciones e interacciones con los demás aspectos de la cultura señalados en el EEi, pero de manera focalizada. Dependiendo del nivel del alcance temporal, temático y territorial, puede involucrar un trabajo de campo relativamente corto por parte de un equipo amplio de etnógrafos, o un trabajo de campo un poco más prolongado por parte de un equipo base de etnógrafos.

Este tipo de estudio puede estar centrado en alguno de los temas del EEi o en temas más específicos como empleo local, compras y emprendimientos locales, relacionamiento y compromisos, gestión del agua, poder y toma de decisiones, entre otros.

El equipo de CCPM está compuesto por antropólogos y científicos sociales senior y junior, quienes han sido formados en el enfoque etnográfico y poseen experiencia en este tipo de estudios tanto en contextos extractivos como no extractivos. Su comprensión de las dinámicas entre empresas y comunidades les permite identificar los efectos de esta interacción en el proceso etnográfico y analizar los cambios generados por la presencia y actividades de la empresa.

Además, CCPM cuenta con una red de expertos internacionales en gestión sociocultural en las industrias extractivas y reconocidos antropólogos con una amplia experiencia y reputación.

CONTÁCTANOS:



AV. VÍCTOR ANDRÉS BELAUNDE 214,
SAN ISIDRO.



INFO@GRUPOCCPM.COM



[\[51\] 938204109](tel:[51] 938204109)

