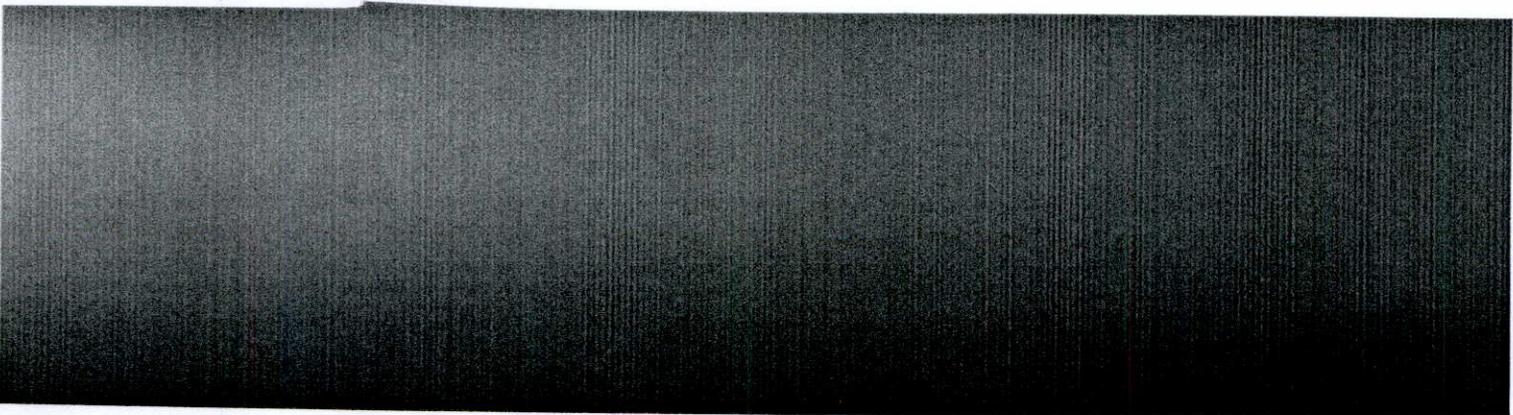


**diagnóstico  
comunicativo  
de los valles cocaleros**

Programa de Desarrollo Alternativo PDA USAID-DEVIDA



Eje  
Co  
A. C.  
Ins

Pr  
Tir

(c)  
y V  
Ge  
Co  
Av  
Tel  
w w

Co  
US  
Ch  
De  
He  
Im

Ejecutores:  
Consortio A.C.S.  
Calandria  
Instituto de Estudios de la Comunicación I.E.C.

Primera Edición: Abril 2005  
Tiraje: 1,000 ejemplares

(c) 2005 Comisión Nacional, para el Desarrollo y  
Vida sin Drogas - DEVIDA  
Gerencia de Relaciones Institucionales y Comunicación  
Av. Benavides 2199 - B. Miraflores  
Teléfono 449 00 07  
[www. devida.gob.pe](http://www.devida.gob.pe)

Colaboradores  
USAID  
Chemonics International  
Derechos reservados  
hecho el depósito legal 1501402005 1870  
Impreso en el Perú.

## Índice

Prólogo	7
Presentación	11
Capítulo I	
Acceso y consumo de medios y espacios de comunicación	15
1.1 Valle del Río Apurímac-Ene (VRAE)	18
1.2 Valle de Aguaytía	28
1.3 Valle del Alto Huallaga	33
1.4 Valle del Huallaga Central	37
Capítulo II	
Percepciones sobre desarrollo y temas afines	45
2.1 Valle del Río Apurímac-Ene (VRAE)	48
2.2 Valle de Aguaytía	63
2.3 Valle del Alto Huallaga	76
2.4 Valle del Huallaga Central	88
Capítulo III	
El desarrollo visto desde los generadores de opinión pública	99
3.1 Valle del Río Apurímac-Ene (VRAE)	102
3.2 Valle de Aguaytía	118

nencia de la cultura oral, sino por un elemento cultural como el idioma que las nutre y determina.

Finalmente, es importante notar que el acceso a medios siempre es mayor en los hombres que en las mujeres. Esta diferencia de género debe guiar la mezcla de medios, formales y alternativos, en la ejecución de las campañas y estrategias de comunicación.

### 1.1.2. La radio y su consumo

La radio es escuchada preferentemente en la banda FM. Sin embargo, la banda AM y la onda corta tienen un porcentaje significativo principalmente en la zona rural.

	Ámbito		Total
	Urbano	Rural	
<b>FM</b>	75.5	55.4	57.5
<b>AM</b>	20.8	50.1	47.1
<b>Onda Corta</b>	3.8	17.9	16.5

Porcentajes sobre un total de 522 respuestas

El uso homogéneo de las bandas AM y FM, así como el significativo consumo de la onda corta, configuran un particular espacio radial en el ámbito rural. Tradicionalmente, las radios de frecuencia modulada tienen una programación más segmentada y moderna que las radios de amplitud modulada que son más bien de carácter tradicional y que conservan los formatos en los que se promueve la participación del oyente. Por otro lado, la onda corta capta señales y programaciones de diversa naturaleza. El consumo radiofónico en el VRAE, entonces proviene de múltiples fuentes, por ende, de diversos discursos - con sus respectivos matices culturales - que conviven e influyen la opinión de los agricultores y sus familias.

Con relación a los horarios de mayor sintonía, la audiencia se concentra en el primer bloque de la mañana. Esto confirma las tendencias de consumo radial matutino en ámbitos rurales; sin embargo, lo particu-

...mento cultural como el

...acceso a medios siempre  
...dijeres. Esta diferencia de  
...formales y alternativos,  
...tegias de comunicación.

...en la banda FM. Sin em-  
...n un porcentaje significa-

radial por ámbito		
Ámbito		Total
o Rural		
	55.4	57.5
	50.1	47.1
	17.9	16.5

...l, así como el significativo  
...particular espacio radial  
...s radios de frecuencia mo-  
...gmentada y moderna que  
...son más bien de carácter  
...s en los que se promueve  
...o, la onda corta capta se-  
...aleza. El consumo radiofó-  
...le múltiples fuentes, por  
...spectivos matices cultura-  
...l de los agricultores y sus

...nía, la audiencia se concen-  
...o confirma las tendencias de  
...es; sin embargo, lo particu-

lar en el VRAE radica en que el consumo radial por grupos de edad y género tiende a ser homogéneo.

En los grupos de discusión aparece también la preferencia por el consumo matutino. El horario varía de acuerdo a las actividades y el tipo de programa que se suele escuchar. Así, los noticieros se sintonizan a partir de las 5 de la mañana, hora en la cual dan comienzo a sus actividades diarias, sirviéndoles de compañía durante todo el día e incluso cuando están en sus chacras.

*"Yo escucho mayormente la Radio Estudio 4 de Ayacucho, mayormente escucho las noticias, me gusta ese programa. Por las mañanas y por las tardes a la hora de acostarme más o menos."*  
(Grupo mixto, 18 a 24 años, zona urbana, Ayna)

El estudio cualitativo confirma también que la radio es el medio de comunicación que mayor presencia y aceptación tiene en el VRAE, principalmente en la zona rural. Convirtiéndose de este modo en el principal nexo del poblador con los acontecimientos de su entorno, local o nacional. Asimismo, confirma que son los noticieros los programas de mayor preferencia.

Siendo la realidad local lo que más le interesa al poblador del VRAE, la demanda se centra en las radios locales, cuya oferta es bastante variada. No sólo captan emisoras de su propia zona sino también de las ciudades más cercanas. Aunque manifiestan que en algunos casos la recepción no es de buena calidad. Incluso existen algunos lugares de la zona, que por su ubicación geográfica, no llegan a captar la totalidad de las emisoras radiales.

*"En Kimbiri Doble A FM; se escucha de Sivia, San Francisco y de Kimbiri. Esas radios nada más, no llegan bien, algunas veces capta cualquier radio, a veces llega y a veces no; de radio Sivia algunos llega y a otros no."*  
(Mujer, 25 a 34 años, zona urbana, Pichari)

Complementariamente, se manifiesta que estas emisoras locales se han identificado con los problemas del campesino, de este modo se ha establecido un acercamiento entre ambos. Las emisoras no sólo dan cuenta de los hechos o situaciones que tienen lugar en los pueblos -de interés también para el poblador- sino además les ha significado un espacio desde donde tratan asuntos relacionados con los campesinos: Temas sobre el

agro, expectativas y propuestas para su desarrollo, cooperativas, gobierno local, asambleas comunales y relaciones familiares. Indican que, en algunos casos, los programas son realizados por el propio campesino, desde su propia forma de ver y entender su problemática. También, es necesario señalar que, por las coyunturas políticas como las vividas en VRAE, los agricultores están atentos a los programas de corte informativo que tratan sobre su problemática.

*"En Estudio Contreras escuchamos así del valle, entre campesinos. Hay un programa que ellos, los campesinos, pusieron entre campesinos... Trata de cómo los campesinos quieren para su desarrollo o qué piden, más o menos eso trata; también cooperativismo hay varias..."*

*(Grupo mixto, 18 a 24 años, zona rural, Kimbiri)*

Otro beneficio proporcionado por las emisoras locales, debido a su cercanía, disponibilidad y tipo de cobertura, se refiere a la facilidad para acceder a ellas y emitir comunicados institucionales (avisos, comunicados de reuniones o asambleas comunales) o personales (saludos a familiares).

*"(Se escuchan) avisos, cualquier cosa, comunicados, asambleas, de alguna familia y saludos también"*

*(Mujer, 25 a 34 años, zona urbana, Pichari)*

### **1.1.3. La televisión y su consumo**

Si bien el nivel de acceso a la televisión es bajo y esencialmente urbano, existen algunas características particulares de consumo televisivo que merecen destacarse. Por un lado, aparece el consumo familiar y comunal en el ámbito rural, lo cual configura un potencial espacio de comunicación a considera en cualquier estrategia de comunicación; y, por otro lado también existe homogeneidad en el consumo por género, edad, lo cual hace de la televisión, a pesar de su limitada acceso, un medio aglutinador de los consumos rurales.

En este valle, los canales de televisión suelen captarse de un modo defectuoso y en algunos casos la señal es inexistente. Esta falla tecnológica en la recepción, influye directamente en el consumo y en la preferencia de la televisión como fuente de información y entretenimiento.

u desarrollo, cooperati-  
es y relaciones familia-  
rogramas son realizados  
a forma de ver y enten-  
ario señalar que, por las  
n VRAE, los agricultores  
informativo que tratan

isí del valle, entre campesi-  
campesinos, pusieron entre  
pesinos quieren para su de-  
so trata; también cooperati-

ral, Kimbiri)

nisoras locales, debido a  
obertura, se refiere a la  
comunicados institucio-  
es o asambleas comuna-

sa, comunicados, asambleas,

Pichari)

sión es bajo y esencial-  
erísticas particulares del  
acarse. Por un lado, apa-  
el ámbito rural, lo cual  
municación a considerar  
ción; y, por otro lado,  
consumo por género y  
a pesar de su limitado  
consumos rurales.

uelen captarse de un modo  
es inexistente. Esta falla  
ectamente en el consumo  
o fuente de información y

	Sexo		Edad			Ámbito		Total
	H	M	18 - 24	25 - 34	35 - +	Urbano	Rural	
<b>Individual</b>	73.7	66.7	62.2	75.9	76.7	85.7	62.3	70.8
<b>Familiar</b>	24.6	30.8	32.4	24.1	23.3	14.3	34.4	27.1
<b>Comunal</b>	1.8	2.6	5.4				3.3	2.1

Porcentajes sobre un total de 96 respuestas

*"Sólo hay un canal y que no pasa su voz, nada. Solamente se tiene que estar mirando y adivinando que cosa dice, nada más... es TNP. No sale ni su voz, solamente su imagen."*

(Grupo mixto, 35 a 60 años, zona urbana, Kimbiri)

*"(Los canales) se cortan. Ahora no hay Televisión Nacional, tampoco es nítido la televisión."*

(Mujer, 25 a 34 años, zona rural, Pichari)

Como alternativa a estos problemas de la señal abierta se viene ofertando el servicio de cable, principalmente en las capitales de distrito, porque en estos lugares existe una mejor recepción. Este servicio pretende incrementar la calidad de la señal así como facilitar el acceso y consumo de una diversidad de canales.

*"... en Santa Rosa hay una empresa de Telecable que da servicios en las localidades de capitales. El servicio es en donde más se ve televisión..."*

(Hombre, 25 a 34 años, zona urbana, Kimbiri)

El principal obstáculo para el acceso a este servicio es el factor económico; sin embargo, la voluntad de contar con él, refleja la necesidad de incorporarse al mundo globalizado y la identificación de la televisión como el mejor medio para ello.

*"Cable tienen sólo los que tienen plata."*

(Grupo mixto, 18 a 24 años, zona urbana, Ayna)

*"... Simplemente miramos pues los que tenemos Telecable... Por eso todos no miran, por eso no saben qué es lo que está pasando. Realmente si habría un canal público todos llegarían a saber qué es lo que pasa, qué es lo que pasó en Huanta, en Ayacucho, también lo que pasó sobre Sendero."*

(Grupo mixto, 25 a 34 años, zona rural, Ayna)

Esta necesidad de conexión con el país y el mundo se ve expresada también en las iniciativas para resolver los problemas de acceso a la energía eléctrica que les permita a su vez, consumir televisión.

*"Depende del servicio de energía. Hay comunidades que tienen servicio de energía eléctrica por horas, por ejemplo acá hace seis años el servicio era por horas, era de 6 a 10 y ya se tiene una mini central que está abasteciendo varias comunidades."*  
(Hombre, 25 a 34 años, zona urbana, Kimbiri)

#### 1.1.4. Los medios impresos y su consumo \*

En el VRAE, el acceso a medios impresos es bajo. Sólo 27.8% de los encuestados manifiesta consumir diarios o semanarios. De este porcentaje, el 69.3% consume por adquisición directa (compra), mientras que un 29.1% de ellos lo obtiene en calidad de préstamo.

**Cuadro N° 5**  
**Modalidad de consumo de prensa escrita**

	Total
Lo compra	69.3
Se lo prestan	29.1
NS/NR	4.5
Sólo lee titulares	2.5

Porcentajes sobre un total de 199 respuestas

Los diarios son mayormente comercializados en las capitales de distritos y no llegan a las comunidades más alejadas. Existen casos en los que llegan con días de retraso por la distancia y las dificultades para movilizarse hacia esos lugares.

*"Periódico uno compra cuando va abajo. Los que venden periódico acá no vienen y si uno quiere tiene que bajar a hacer compras tiene que bajar para que uno pueda enterarse de lo que pasa."*  
(Grupo mixto, 35 a 60 años, zona urbana, Kimbiri)

Hay una marcada tendencia al consumo de diarios "chicha"\*\*, debido a los bajos precios en que se venden y a las necesidades del lector.

\* Para mayor información ver anexo III

\*\* Término usado para calificar a la prensa sensacionalista peruana. También se conoce como «prensa de 50 céntimos» aludiendo al costo unitario de cada ejemplar.

el mundo se ve expresada  
s problemas de acceso a la  
z, consumir televisión.

Hay comunidades que tienen  
as, por ejemplo acá hace seis  
e 6 a 10 y ya se tiene una mini  
s comunidades.”

1, Kimbiri)

\*

es bajo. Sólo 27.8% de los  
os o semanarios. De este  
sición directa (compra),  
e en calidad de préstamo.

Prensa escrita	
	<b>Total</b>
	69.3
	29.1
	4.5
	2.5

zados en las capitales de  
más alejadas. Existen casos  
la distancia y las dificulta-

abajo. Los que venden periódicos  
ne que bajar a hacer compras,  
da enterarse de lo que pasa.”  
rbana, Kimbiri)

e diarios “chicha”\*\*, debido  
i las necesidades del lector.

cionalista peruana. También se la  
liendo al costo unitario de cada

Las características de estos diarios, el tipo de contenido y el trata-  
miento informativo que reciben las noticias los hacen asequibles y  
atractivos para el poblador de esta zona.

*“Se consumen más los populares, los chichas. Se consumen, uno  
la economía y dos que es lo que busca el lector. Tú acá no puedes  
ponerle a uno Gestión, ni hablar, porque definitivamente no va...  
Lo que se está consumiendo y regular son estos pequeños...”*  
(Hombre, 25 a 34 años, zona urbana, Kimbiri)

En tanto, los medios escritos propios del valle suelen publicarse  
una vez a la semana, son semanarios, y se ocupan principalmente  
de informaciones producidas en la zona. De este modo, recogen  
las noticias relacionadas con los agricultores y cocaleros, sobre la  
problemática planteada en torno a la hoja de coca, los avances  
tecnológicos en el agro, las necesidades de los campesinos, etc.

*“(Periódico de la zona) Línea Roja, Voz Campesina. En Línea Roja  
hay bastante sobre el problema de hoja de coca.”*  
(Grupo mixto, 35 a 60 años, zona rural, Kimbiri)

El manejo de los temas relacionados a la zona ha convertido a  
los semanarios locales en los medios impresos de mayor consu-  
mo por la población. Según lo señalado por los participantes,  
los semanarios poseen mayor credibilidad que los diarios capi-  
talinos que suelen llegar a las comunidades. Esta credibilidad  
no sólo está basada en el mayor conocimiento que poseen de la  
realidad local sino también por el tipo de tratamiento que dan a  
la información, con mayor precisión y conformidad a la verdad.

*“Yo te diría que sí (los semanarios como Línea Roja se consume  
más que los diarios), sin haber hecho ningún sondeo. Pero tú ve,  
habla con las personas en las comunidades y te dicen lei tal cosa,  
pero eso aparece en estos semanarios.”*  
(Hombre, 25 a 34 años, zona urbana, Kimbiri)

Algunos de los participantes inciden en señalar que la demanda de  
estos semanarios se da principalmente por la coyuntura social que  
vive la zona. De allí, destacan que la aparición de los semanarios  
locales tiene como marco referencial los problemas suscitados en  
el valle: las manifestaciones y marchas de protesta de los agricul-  
tores cocaleros. Debido a la necesidad de los pobladores de con-  
tar con información acertada sobre estos acontecimientos, los se-  
manarios incrementaron de modo extraordinario su demanda, lle-

gándose incluso a fotocopiar algunas de sus ediciones para satisfacer las exigencias de la población.

*"... esos semanarios vienen justamente en un tiempo cuando hubo problemas acá... ustedes conocen el caso de la FEPAVRAE en ese tiempo y la marcha., En ese tiempo esos periódicos eran pan caliente porque justamente traían notas frescas y todas relacionadas acá con el valle, todo lo que sucedía."*

(Hombre, 25 a 34 años, zona urbana, Kimbiri)

Sin embargo, algunos de los participantes aceptan que los semanarios locales suelen cometer excesos en el tratamiento de la información que publican. Ello a causa de no verificar adecuadamente la confiabilidad de sus fuentes de información y la veracidad de los informes. Además, señalan que muchas veces caen en el sensacionalismo, magnificando la importancia de algún hecho, con el fin de aumentar sus ventas; dada la localidad de los acontecimientos, la población se interesa y compra los semanarios. Esta situación origina que los implicados en informaciones inexactas, algunos funcionarios de las instituciones en muchos casos, dañen su imagen ante la comunidad.

*"Una información no tan significativa la magnifican. No sólo esc últimamente están practicando la prensa amarilla, eso es lo que y para eso se presta la población. O sea, si en una institución ha corrupción, todo el mundo compra, para saber quienes están implicados. Como es un pueblo pequeño..."*

(Hombre, 25 a 34 años, zona urbana, Kimbiri)

### **1.1.5. Espacios de comunicación interpersonal, institucional y grupal**

Predominan los círculos próximos: familia y vecinos y las autoridades locales y comunales. Se evidencia, además, la fragilidad de los liderazgos sociales como fuentes de referencia informativa, lo que refleja una necesidad de fortalecer las capacidades comunicativas de las organizaciones de base existentes en la zona o, por el contrario, revela un tejido social fundado en relaciones de autoridad y no de liderazgo social.

Sorprende comprobar también que la escuela no tenga una presencia significativa en la producción social de la información, fenómeno observado tanto en la zona urbana como en la rural.

\* Ver anexo IV

**Cuadro N° 7**  
Espacios de comunicación e información por ámbito

	Ámbito		Total
	Urbano	Rural	
Local comunal y otros	38.3	61.9	60.0
Losa deportiva	10.0	16.7	16.2
Centro educativo	3.3	8.5	8.1
Municipalidad, Concejo	23.3	8.4	9.6
En casa de una vecina	3.3	5.2	5.0
Plaza o plazuela	15.0	6.6	7.3
Local de organización de base	10.0	0.8	1.6
NS/NR	1.7	0.8	0.8
Otros	1.7	1.5	1.6

Porcentajes sobre un total de 790 respuestas

## 1.2. Valle de Aguaytía

### 1.2.1. Medios de mayor consumo

En el valle de Aguaytía hay un alto consumo de medios de comunicación, lo cual permite a la población, principalmente urbana, estar informada de los principales acontecimientos locales y nacionales. El acceso a algún medio de comunicación es mayor en la zona urbana que en la zona rural y en la población joven.

**Cuadro N° 8**  
Espacios de comunicación e información por ámbito

	Total	Sexo		Grupo de Edades			Ámbito	
		H	M	18 - 24	25 - 34	35 - +	Urbano	Rural
Tiene acceso a algún medio de comunicación	74.5	78.9	66.5	80.9	74.5	68.3	93.6	73.2
No tiene acceso	25.5	21.1	33.5	19.1	25.5	31.7	6.4	26.8

Porcentajes sobre un total de 715 respuestas

El nivel de acceso por tipo de medios confirma las tendencias de consumo mediático en ámbitos ajenos a las grandes ciudades; e

z, lo vemos en todos los lugares, s derechos casi no los respetan, es ticia es peor, porque toda persona e quiere. Son exigencias que se les to lugar.”  
(Kimbiri)

s derechos indicados por los e no aparece la participación

a pertenencia a un grupo y/o eso, además se puede identi- siderársele según las circuns- tendencia en los discursos de es la noción que la participa- reuciones que tienen para ver

discusión que la participación e involucramiento en alguna de un individuo. La participa- de algo sino también integra- mentos de su alrededor. En el artipación se refiere a la in- pantes en las actividades y/o a través de sus comentarios o

mprendidas en comunidad.”  
(Kimbiri)

e en actividades que se realiza en ciones, etc.”  
(Kimbiri)

bién puede implicar organiza- bjetivos. Señalan que la parti- las comunidades significa em- omunal con el apoyo de cada

uno de los pobladores. Así, la participación se convierte en un factor importante para la consecución de objetivos y de resulta- dos positivos y valiosos para la comunidad.

*“Es una forma de organización para el desarrollo de nuestra co- munidad de cualquier actividad.”*  
(18 a 24 años, zona rural, Kimbiri)

Además, los participantes señalan que la participación tiene dos naturalezas complementarias. Por un lado, es un derecho que tie- nen todas las personas para formar parte de cualquier actividad o reunión, con la libertad y posibilidad de brindar sus opiniones. Por otro lado, es un deber del ciudadano interesarse e intervenir en los problemas de la comunidad para proponer alternativas de solu- ción a cualquier problema que afecte a la sociedad.

*“Participación es cumplimiento de su deber como ciudadano, dar a conocer sus inquietudes y propuestas que tiene para dar una solución al problema”.*  
(18 a 24 años, zona rural, Kimbiri)

### **2.1.7. El futuro comunitario**

Al indagar sobre sus valoraciones y expectativas futuras para su comunidad, se observa que las percepciones de los participantes se refieren mayormente a la creación de infraestructura institu- cional en distintas áreas: educación, salud, carreteras y comuni- caciones, servicios básicos e industrialización.

*“Creación y reubicación de locales de Instituciones estatales y privadas en zona céntrica y crear zona residencial.”*  
(18 a 24 años, zona urbana, Ayna)

*“Instalación de televisión por cable, agua potable y electrifica- ción.”*  
(35 a 60 años, zona urbana, Kimbiri)

*“Renovación del puente y construir vías de comunicación: terres- tre y acuática.”*  
(18 a 24 años, zona rural, Kimbiri)

En términos educativos proyectan la creación de instituciones orientadas a la educación superior como una universidad, un ins-

*"De los dieciocho para arriba, van a ser encargados de asun responsabilidades, ya no eres dependiente de tus padres."*

(18 a 25 años, zona urbana, Padre Abad)

### **2.2.5. Derechos ciudadanos**

Los participantes en general, si bien no tienen conceptos elat rados alrededor de los "derechos", si perciben que los tienen y gran grupo identifica con facilidad un gran grupo de derecho q van desde los derechos fundamentales (a la vida, a la libertad, et hasta los derechos sociales (a la no discriminación, a la protes etc.)

En esta percepción respecto de sus derechos, ubicamos algur características particulares. El concepto de trabajo, por ejemp está fuertemente asociado al deber y no tanto al derecho. I participantes piensan que las personas tienen la obligación de t bajar.

*"Trabajar es un deber, es un deber... es una obligación."*

(35 a 60 años, zona urbana, Padre Abad)

*"El trabajo es un deber."*

(18 a 25 años, zona rural, Curimaná)

Por otro lado, en el caso de la educación, ésta aparece en su do concepción: como derecho y como deber. En este sentido, de cho y deber aparecen entremezclados y complementándose en sí.

*"Educación es un deber, los hijos tienen el deber de estud claro sí, nosotros como derecho como padre de asistirlo al hi*

(35 a 60 años, zona urbana, Padre Abad)

### **2.2.6. Participación ciudadana**

Como no se ha hecho ninguna mención al concepto de partic ción ciudadana, mucho menos se le reconoce como un derech

No existe en la totalidad de los participantes, ningún conce concreto de una ciudadanía ligada a una participación ciudad: Bajo esos términos, la noción de participación ciudadana es nula, y no forma parte de la vida cotidiana de la gente.

Otro tema que se evidencia en muchos participantes es la insistencia de que el futuro de los pueblos depende de los gobernantes, siendo pocos los que opinan que depende también de los pobladores.

Tampoco en este valle, los participantes han expresado nada que relacione sus derechos con sus necesidades, su pobreza, los problemas de la agricultura y el cultivo lícito o ilícito de la coca.

### 2.2.7. El futuro comunitario

La realidad, los niveles de pobreza, el abandono y las referencias de condiciones similares vividas desde siempre hacen que los pobladores tengan sentimientos encontrados respecto al futuro de sus comunidades.

Abunda el pesimismo y el concepto de que todo va a empeorar, inclusive la pobreza, debido a que los gobernantes no toman acciones y se enriquecen a sí mismos al llegar al poder.

*"A mi entender empeorarán porque algunas autoridades buscarán beneficio personal, no me gusta este alcalde, este juez, existe rencor personal porque sólo un grupo quiere verse favorecido. Por eso nunca vamos a mejorar, porque existe el rencor, una o dos personas tienen otro criterio pero los demás sólo dicen si señor. Todo depende de las autoridades o quizás del pueblo."*  
(25 a 35 años, zona urbana, Curimaná)

Este concepto se refuerza con el hecho de que no cuentan con servicios básicos, que les fue prometido por sucesivos candidatos y gobernantes.

Otra preocupación respecto al futuro es el retorno del terrorismo. En casi todos los grupos se puso de manifiesto el tema, debido a las constantes noticias de incursiones terroristas. Los participantes tienen miedo por sus hijos, por ellos mismos y por la comunidad, pues han vivido en carne propia las consecuencias de la violencia senderista.

*"Es que ahorita, una señora ha comentado, que están llevándose jóvenes de quince a dieciséis años, tanto varones como mujeres, los terroristas están pagando, diez dólares por llevar la coca, a cada joven."*  
(25 a 35 años, zona urbana, Padre Abad)

En términos comunitarios, para los participantes, el futuro del a se ve oscuro y pesimista porque los cultivos se secan o producen muy poco por hectárea debido a la contaminación de la tierra «continuas fumigaciones» de sustancias que destruyen los cultivos de coca, y que según ellos, estaría perjudicando la capacidad de la tierra para los cultivos lícitos y alternativos.

*"De repente, no habrá nada porque las plantaciones están se cose. La agricultura va a morir, no va a producir con el tiempo (25 a 35 años, zona urbana, Padre Abad)*

La falta de financiamiento y capacidad económica de los agricultores desvanece poco a poco toda esperanza de desarrollo y crecimiento de los productores, quienes se sienten totalmente abandonados.

Se manifiesta en algunos casos que desde el punto de vista económico, cuando tenían plantaciones de coca, estaban mejor, no llegan a manifestar su retorno a la siembra de coca, o en caso, no mencionan si existe el interés para ello.

Es importante destacar que en varios grupos donde existió la presencia de profesores de colegios primarios y secundarios, siempre tuvieron opiniones muy críticas respecto al desinterés por parte de los mismos pobladores de las comunidades para salir adelante, lo cual, para los propios profesores, es una razón para salir de la pobreza.

El lado positivo es que en lo comunitario, los participantes esperan que podrían llegar a contar con servicios como luz y a nivel de infraestructura con colegios, institutos y universidades, hospitales, comedores populares, estadios, parques infantiles, bibliotecas (que les permitan procesar y envasar los cultivos alternativos) e inclusive iglesias. También manifiestan la posible presencia del turismo. Al parecer, todos estos participantes expresan esperanza porque existen dos hechos concretos vinculados con el progreso y el futuro: el mejoramiento de las carreteras mediante su afirmado (ripiado) y la ampliación de la frontera eléctrica.

*"Habrá un colegio más superior que éste."  
(18 a 25 años, zona rural, Curimaná)*

*"Debe haber luz."*

(18 a 25 años, zona rural, Curimaná)

*"Una fábrica de ladrillos, con el material que tenemos en la cantera se pueden hacer, y como estamos comprando el hormigón podemos hacer un aserradero."*

(25 a 35 años, zona rural, Padre Abad)

*"También un nuevo reservorio para que cubra a todo el pueblo."*

(25 a 35 años, zona rural, Padre Abad)

Como ya se mencionó con anterioridad, los pobladores insisten en que el futuro de los pueblos depende de los gobernantes, siendo muy pocos los que concluyen que también ellos tienen responsabilidad en esto.

*"Nosotros pensamos en un futuro de mejora económica, pero si el Estado se preocupa por nosotros, en que sentido, nosotros si tenemos un canal de irrigación, que por lo menos, riegue en unas cuatro mil hectáreas para la agricultura y que podría generar una diversidad de productos; digamos el cacao, el café, arroz, plátano, maíz, una serie de productos que nos permita vivir mas cómodamente, mas tranquilos"*

(35 a 60 años, zona rural, Curimaná)

### **2.2.8. El futuro familiar y personal**

La visión personal de futuro también repite el pesimismo de lo comunitario. Se puede apreciar que a mayor edad, mayor pesimismo.

Los hombres y mujeres de más de 30 años y con familia, sienten que sólo les queda trabajar para sacar adelante a sus hijos (que esperan sean mejores que ellos y tengan más y mejores oportunidades).

Gran cantidad de personas manifestaron el deseo de migrar, de irse de la zona en donde viven, pues en ella no encuentran ningún tipo de futuro.

Otro grupo prefería retornar a su tierra natal, pero no llegaron a explicitar que lo hicieran en busca de un mejor futuro.

programas, formuladas por los líderes consultados, las relaciones y articulaciones que se generan de su interacción, se hace posible el diseño de nuevas estrategias comunicativas encaminadas hacia el desarrollo del valle y orientadas hacia los generadores de opinión pública.

La información que presenta este capítulo ha sido elaborado a partir de los resultados de la aplicación de entrevistas semi estructuradas a líderes de organizaciones públicas y privadas de los ámbitos de intervención.

### 3.1. Valle del Río Apurímac-Ene (VRAE)

#### 3.1.1. Desarrollo y desarrollo alternativo

##### Las concepciones sobre desarrollo

El desarrollo es visto desde diferentes perspectivas. Existen visiones más totalizadoras, integrales, que conciben el desarrollo como la mejora de sus pueblos. De esta manera, el desarrollo es sinónimo de progreso en las dimensiones económicas y sociales de personas y de sus comunidades.

*"Es el desenvolvimiento económico, social, cultural de las personas, de los pueblos. Es decir, es lo que se refleja en el nivel de vida, cultural, educativo, en fin en todas las personas y las cosas."*

(Dirigente de organización)

Otras perspectivas ponen el énfasis en las personas, aunque esta concepción las personas son un medio para el progreso de las comunidades, lo resaltante es que el desarrollo aparece como avance de sus pueblos. Desde otro punto de vista, puede estar refiriéndose a que el progreso es concebido como mejoras físicas, infraestructura denominada social o prestación de servicios, antes que como mejoras en las propias personas.

*"Es sinónimo de avance, es sinónimo de crecer. Para que haya avance, un crecimiento, creo que la persona es el ente indispensable. La persona es la única que puede generar el desarrollo, el crecimiento de nuestro pueblo, de la parte económica."*

*de la parte moral y social."*  
(Líder comunal)

### **Desarrollo económico**

En el plano económico encontramos que la agricultura es el eje del desarrollo económico. Las posibilidades del mismo son proyectadas en la industrialización del agro, a través de productos y especializaciones territoriales, donde cada zona pueda priorizar lo que los estrategas llaman ahora sector competitivo. Dos entrevistados lo explican muy claramente:

*"Para que se dé el desarrollo de valle, como acá somos tres distritos, pienso que en cada distrito debe funcionar una fábrica con diferentes funciones. Por ejemplo, acá en Aynas puede ser la procesadora del cacao, en el distrito de Kimbiri puede ser tostadora de café, para bajar los costos; en cada distrito procesadoras grandes."*

(Líder comunal)

Para lograr estos fines se plantea que la articulación vial es clave para cualquier estrategia productiva, porque la conexión a los mercados es el principal problema de los agricultores, y por ende de la economía de la zona. Asimismo, se considera que la prioridad de las inversiones debe orientarse hacia infraestructura productiva.

*"La electrificación y el asfaltado es la base principal para que en el valle se instalen las plantas procesadoras, las fábricas. Nosotros producimos madera, ajonjolí, soya. Los siete municipios están gastando 25 mil soles para comprar para el vaso de leche pero con una planta procesadora nuestros productos: la soya, ajonjolí, maní, estaríamos vendiendo a las municipalidades. Una parte estaríamos solucionando. Por otra parte, tenemos cierta cantidad de frutas. Acá Chile nos exporta, llega la fruta enlatada, y nosotros no podemos exportar nuestras frutas enlatadas."*

(Dirigente de organización)

Para los líderes, el desarrollo alternativo es una propuesta eminentemente económica que se centra en la erradicación de cultivos de coca o que busca la sustitución de los mismos por otros denominados alternativos. En efecto, toda la argumentación acerca de la situación de los campesinos o de la operación del PDA entra al terreno de lo económico y debate acerca de la viabilidad de los productos propuestos

Una minoría de adultos explicó que tienen deseos de poner propio negocio, buscar tecnología para la agricultura y comenzar a criar ganado.

*"Hay una gran diferencia entre los jóvenes de zonas urbanas y zonas rurales. Los de zonas urbanas aspiran a estudiar más, perfeccionarse, tener una profesión, tener una familia y tener propio negocio en la zona. Los jóvenes de zonas rurales también tienen aspiraciones al crecimiento profesional, pero no tienen gran interés en quedarse sino en migrar."*  
(18 a 25 años, zona urbana, Padre Abad)

Algo predominante en todos los grupos es el concepto de que el futuro está en manos de Dios, y por ello no se puede prever y en muchos casos está fuera de su total control. Incluso, entre los más progresistas, la presencia de la creencia religiosa marca expectativas de realización personal a futuro.

### 2.2.9. Conclusiones

#### Sobre el concepto de desarrollo, desarrollo alternativo y PD

- Se puede concluir que el concepto de desarrollo está totalmente alejado de la realidad y condiciones de vida de los pobladores de este valle.
- La forma en la que han incursionado las diversas instituciones a decir de los participantes, no fue muy cordial, ello redujo las posibilidades de que los agricultores estén abiertos a aceptar los cultivos alternativos. Pero también se suman las condiciones de los terrenos empobrecidos que les disminuye las posibilidades de cultivar algo distinto a la coca.
- Sin embargo, hay posibilidades de impulsar estas acciones, los pobladores también reconocen (en pequeña medida) la necesidad judicial de que sus vidas y la economía de la zona estén viradas al cultivo de la coca.

#### Sobre la hoja de coca y la erradicación

- Aquí existe una tensión. Los participantes, sobre todo los agricultores, piensan que el cultivo de la coca ya está desahucado.

El problema de eficiencia estaría orientado no sólo a la desarticulación y al accionar de las instituciones operadoras, sino a las perspectivas de mercado. En general, una de las críticas más recurrentes está en este sentido, porque no les resulta lógico que los agricultores cocaleros sustituyan sus cultivos por cultivos lícitos o legales si no hay rentabilidad, aunque ésta sea menor.

*"También se puede decir que hay una buena producción de café y una buena producción del cacao pero no hay un mercado sustentado. También se instalaron cítricos, piñales, platanos pero el problema es que no hay mercado: el plátano te cuesta 0.10 céntimos y en Huamanga a 2 por 0.10 céntimos. Esa es la realidad. El campesinado para qué va a sacar sus productos sino va a tener una ganancia superior, hay déficit."*  
(Líder comunal)

Por otro lado, se cuestiona que quienes hayan diseñado los programas no hayan considerado los planteamientos y conocimientos de profesionales y agricultores del propio valle; que se haya trabajado "desde Lima".

*"Muchos cocaleros que tienen una pequeña área de coca, de seis o siete arrobas, algunos tienen ocho o diez arrobas; solamente esperan tres meses, algunos días están de peón, en tres meses cosechan y venden a los comerciantes que quieren comprar. Con esa plata mantienen a sus hijos. El Estado debe enfocar que el desarrollo alternativo que ha venido al valle no ha sido bien diseñado; solamente han hecho un diseño en Lima, en sus oficinas, y han venido al valle a impulsar".*  
(Dirigente de organización)

Se observa una sobredemanda y cierta idea de que los programas debieron asistir a la población en todos los campos. Esta noción de beneficiarios se presenta de manera reiterada y choca con las nociones de actores y con todo el discurso de la participación, lo que refuerza el planteamiento de "desarrollo en dógeno".

### **3.1.3. La erradicación del cultivo de coca**

#### **Concepciones sobre la erradicación**

Las concepciones sobre erradicación que tienen los entrevistados se pueden agrupar en dos grandes grupos. En una primera concepción

y concertada; sin embargo, cer una erradicación de los r decir de río abajo y avan de tres meses a seis meses. significa gradual, hay que con respecto a esto. Lo otro y mucho pan que rebanar y nos a ver como evolucionan

Otros señalan que existe la interpretación de ciertos grupos de que la propuesta permitiría que todos los cocaleros cultiven una porción de hoja de coca.

*"A mi me conviene eso porque si es gradual entonces toditos podemos tener esa cantidad de hoja. Para mí sería bueno que así sea."*

(Líder comunal)

### 3.1.4. Las propuestas para el PDA

En general, los entrevistados se mostraron muy proclives a realizar recomendaciones o imaginar alternativas para que el PDA mejore su intervención. Los líderes son críticos del desempeño de las operadoras, pero no tienen una posición anti PDA, ni pretensiones maximalistas respecto a su retiro.

#### Diferenciar desarrollo de desarrollo alternativo

En primer término se hace la anotación respecto a ambos campos de interés. Se recomienda que se tenga claridad sobre ambos planteamientos y que los roles de los actores sobre el particular puedan clarificarse. En ese sentido, anotan que a las instituciones del Estado les corresponde trabajar por el desarrollo, y que las operadoras del PDA deben trabajar la dimensión económica orientada a la mejora de la producción agrícola o hacia una economía lícita.

*"Los programas de desarrollo alternativo deben dividirse en dos partes: uno en lo que es desarrollo integral y otro en lo que es desarrollo alternativo propiamente dicho (...) La parte de desarrollo integral le corresponde al Estado y no confundirse, porque aquí se le ha dado posta, escuela, agua potable, es decir infraestructura social básica y se le ha llamado desarrollo alternativo y no se ha centrado en lo que debería ser: generar una economía alterna a la coca."*

(Dirigente de organización)

Asimismo, otros insisten en apostar por un enfoque de desarrollo, donde el trabajo por una economía lícita se piense en una lógica de mediano y largo plazo. De esta manera, se manifiesta que se debe trabajar por el desarrollo sustentable, antes que por el desarrollo alternativo.

*"Las ONG's deberían apoyar en el desarrollo. Apoyar en el desarrollo sustentable del valle del Río Apurímac y Ene, principalmente"*

*de los distritos de la margen izquierda que pertenecen al Cus No canalizan bien los recursos y no hacen las obras que deber hacer como fomentar o propiciar que se instale una red de potable, de desagüe; no ayudan a las municipalidades."*  
(Funcionario público)

### **Concertación, participación y alianzas estratégicas**

Se ha cuestionado mucho la acción unilateral de las instituciones del PDA, por lo que se plantea que la intervención debe ser concertada en todos los planos. En ese sentido, se postula que la acción del PDA debe obedecer a planes de desarrollo elaborados de manera participativa.

*"Lo que tiene que hacerse es una planificación participativa que tiene que enfocarse en realizar un plan de desarrollo integral para el valle pensando en 10 años o 15 años. Tiene que ser hecho por todos: agricultores, autoridades, ingenieros, profesionales, ONG's, entidades públicas y privadas, todas las instituciones. Sector por sector tiene que estar enfocado este documento que tiene que alinearse a esto."*  
(Funcionario público)

Para este fin se deben impulsar alianzas estratégicas entre gobiernos locales, la FEPAVRAE y las instituciones.

*"Si siguen con la misma estrategia, esto no va a funcionar. Aquí tenemos que juntarnos. DEVIDA tiene que ser sincera que el presupuesto empieza la obra porque no lo dicen. Y también debe haber un sinceramiento de su estrategia. Les aconsejamos que tienen que unirse y formar alianzas estratégicas con los gobiernos locales, con la FEPAVRAE principalmente, con todas las instituciones."*  
(Funcionario público)

### **Transparencia en el manejo de recursos**

Se propone que los recursos para invertir en el valle deben manejarse con transparencia. En ese sentido, se advierte que se debe conocer no sólo en qué y cuánto se gasta, sino cuáles son los planes de acción y las estrategias de las instituciones que ejecuta el PDA. En ese sentido, ya se ha señalado, que las instituciones financiadoras deben realizar un mejor control y evaluación que se realiza y verificar si lo que se informa se ajusta a la realidad.

...rda que pertenecen al Cusco. hacen las obras que deberían que se instale una red de agua las municipalidades."

### estratégicas

ateral de las instituciones ntervención debe ser con- entido, se postula que la s de desarrollo elaborados

lanificación participativa y se an de desarrollo integral, es n 10 años o 15 años. Tiene que otoridades, ingenieros, profes y privadas, todas los secto r enfocado este documento. Y

estratégicas entre gobier- nes.

esto no va a funcionar jamás. IDA tiene que sincerarse con orque no lo dicen. Y también u estrategia. Les aconsejaría anzas estratégicas con los go- rincipalmente, con todas las

os  
ir en el valle deben mane- ), se advierte que se debe ta, sino cuáles son los pla- instituciones que ejecutan ado, que las instituciones control y evaluación de lo forma se ajusta a la reali-

"Pueden venir instituciones pero que sean reales, que verdadera- mente apoyen, que no sean mentiras, que algo mejoren, que sea verdad. Ellos prometen "te voy a dar pez", entonces que nos haga ver, que haya en nuestra chacra o sino injertos; nosotros viendo, vamos a creer que es de verdad."

(Líder comunal)

### Mejor selección de equipos profesionales

De manera recurrente se ha propuesto que las instituciones deb- ben seleccionar a profesionales de idoneidad reconocida, que co- nozcan la realidad del valle y que posean un compromiso con el desarrollo de la zona.

"Para ocupar este cargo (representante de ONG) debe ser una persona preparada, que conozca a fondo nuestra problemática y una persona bien relacionada. No ser gente mediocre. A veces en el valle somos un poco tímidos para relacionarnos y con ese tipo de personas no vamos a llegar a nada. (Hay personas idóneas en el valle)... También debe ser una persona consciente y honesta."

(Líder comunal)

### Sustitución efectiva

Insistir en la investigación de nuevos productos alternativos que garanticen la sostenibilidad de la sustitución del cultivo de la hoja de coca. En ese sentido, asegurar la comercialización, promovien- do lo que denominan "la rentabilización" de la producción y buscar las certificaciones de productos alternativos en los mercados in- ternacionales.

"El tema no sólo es conseguir el mercado sino cómo las cosas van cambiando todos los días, entonces al consumidor ya no es fácil contactarlo. Ahora ha salido el café orgánico, también el café solidario, hay café gourmet y café especial. Entonces, para todo esto hay que tener un certificado y un certificador. Por esa parte, aunque tengamos mil o dos mil socios, pero si no tenemos ese mercado entonces los precios son bajos pero si pudiéramos con- seguir la certificación - de café solidario, de café orgánico o café gourmet - el precio de café es otro; por ejemplo, el café solidario tiene un precio de 150 y no baja de eso."

(Dirigente de organización)

En esa medida, plantean que se deben proporcionar créditos agrí- colas, y crear fondos de contingencia que les permita enfrentar la inestabilidad de los mercados internacionales, a través de sub- venciones.

"Por otro lado debe haber fondos de estabilización para las cuotas coccaleras; por ejemplo, el café ahora está a 2.40 soles punto de equilibrio está en 3.50 soles. Entonces, estos for tienen que subvencionar cuando el precio está bajo pero pendiente puede llegar a los 5 soles, entonces nosotros estamos consciente de mocharla para mantener esa cuenta para los años los."

(Dirigente de organización)

### **Entregar los recursos directamente al agricultor**

Entre los entrevistados se encuentran algunos que proponer entrega de recursos directamente a los agricultores.

"Se debe designar la plata bien designado. Decir "acá está la p señores agricultores para ustedes y me hacen esto, esto, esta la plata que viene debe ser designado directamente al agricultor. De esa manera se puede solucionar."

(Dirigente de organización)

## **3.2. Valle de Aguaytía**

### **3.2.1. Desarrollo y desarrollo alternativo**

#### **Conceptos sobre desarrollo**

Las visiones de desarrollo que manejan los líderes de Aguaytía son diversas; sin embargo, la mayoría están muy cercanas a representar una dimensión de integralidad; es decir, una dimensión combina componentes de desarrollo económico y material conceptos de realización de la persona humana y su dimensión social.

#### **Desarrollo económico**

Como es de esperarse en toda indagación sobre concepción de desarrollo, hay un conjunto de respuestas centradas tan sólo en la dimensión económica-productiva del desarrollo:

"...desarrollo, es que la agricultura tenga mercado y la producción se incremente..."

(Líder comunal)

... sus ediciones para satis-

... te en un tiempo cuando hubo  
... el caso de la FEPAVRAE en ese  
... po esos periódicos eran pan  
... notas frescas y todas relacio-  
... sucedía.”

... a, Kimbiri)

... es aceptan que los sema-  
... n el tratamiento de la in-  
... o verificar adecuadamente  
... ación y la veracidad de los  
... veces caen en el sensacio-  
... algún hecho, con el fin de  
... de los acontecimientos, la  
... anarios. Esta situación ori-  
... es inexactas, algunos fun-  
... is casos, dañen su imagen

... va la magnifican. No sólo eso,  
... prensa amarilla, eso es lo peor  
... sea, si en una institución hay  
... para saber quienes están im-  
... ño... ”

... a, Kimbiri)

**...nal, institucional y grupal\***

... ia y vecinos y las autorida-  
... además, la fragilidad de los  
... rencia informativa, lo cual  
... capacidades comunicativas  
... s en la zona o, por el con-  
... en relaciones de autoridad

... escuela no tenga una pre-  
... cial de la información, fe-  
... ana como en la rural.

Finalmente, los medios y los liderazgos religiosos no aparecen sig-  
nificativamente como fuentes de información. Este hallazgo par-  
ticular cuestiona, aparentemente, los resultados de la incursión  
de discursos religiosos en la programación radial como estrategia  
de sensibilización, utilizada en la última década por las radios del  
VRAE.

Cuadro N° 6 Fuentes de información	
	Total
Familiares / Vecinos	37.6
Autoridades locales y regionales	36.2
Autoridades comunales	25.1
Maestros y escuela	4.2
Líderes de organizaciones sociales	2.1
A nadie	1.7
Líderes religiosos	1.4
Medios de comunicación	0.9
Otros	0.5

Porcentajes sobre un total de 789 respuestas

Los espacios privilegiados por los pobladores para encontrarse y  
discutir los temas de actualidad son los locales comunales y las  
losas deportivas, espacios fuertemente relacionados al entreteni-  
miento colectivo y la organización, con lo cual se expresa la impor-  
tancia de estos espacios en la vida pública de estas poblaciones.

Cabe anotar que existen diferencias significativas respecto a los  
espacios priorizados por las poblaciones rurales de las poblaciones  
urbanas. En el caso de las zonas urbanas, los locales comunales no  
son tan importantes como en las zonas rurales.

Este indicio deja en claro que respecto de la estrategia comunicativa  
de movilización social debe hacerse diferencia en los espacios a usar-  
se para generar contacto, diálogo y promoción tanto en lo urbano,  
como en lo rural. En ese sentido, se descubre que para las zonas  
urbanas, el espacio de la municipalidad o el concejo es más importan-  
te que para las zonas rurales, mientras que en los ámbitos rurales  
predominan los espacios comunales.