

“Todos tienen celular”

**Uso, apropiación e impacto
de la telefonía móvil en el área
de influencia de dos ferias
en Puno, Perú**

Mariano Aronés Palomino
Roxana Barrantes Cáceres
Laura León Kanashiro

Documento de trabajo



IEP Instituto de Estudios Peruanos

“Todos tienen celular”

Uso, apropiación e impacto de la telefonía móvil en el área de influencia de dos ferias en Puno, Perú

Mariano Aronés Palomino
Roxana Barrantes Cáceres
Laura León Kanashiro

DOCUMENTO DE TRABAJO N.º 161

Esta versión fue terminada gracias al apoyo del Programa de Profesores Visitantes de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) recibido por Roxana Barrantes.

© INSTITUTO DE ESTUDIOS PERUANOS, IEP
Horacio Urteaga 694, Lima 11
Teléfonos 332-6194 / 424-4856
Fax (51-1) 332-6173
Correo-e: <publicaciones@iep.org.pe>
Web: <www.iep.org.pe>

© MARIANO ARONÉS

© ROXANA BARRANTES

© LAURA LEÓN

Versión en formato digital en PDF y E-Pub

Versión impresa: 13 ejemplares

ISBN: 978-9972-51-309-1

ISSN: 1022-0356 (Documento de Trabajo IEP)

ISSN: 1022-0399 (Serie Economía)

| | |
|------------------------------|-----------------|
| <i>Corrección de textos:</i> | Sara Mateos |
| <i>Diagramación:</i> | Silvana Lizarbe |
| <i>Maquetación:</i> | Gino Becerra |
| <i>Portada:</i> | Gino Becerra |
| <i>Cuidado de edición:</i> | Odín del Pozo |

“Todos tienen celular”: uso, apropiación e impacto de la telefonía móvil en el área de influencia de dos ferias en Puno, Perú / Mariano Aronés, Roxana Barrantes y Laura León. Lima, IEP; 2011. (Documento de Trabajo, 161. Serie Economía, 50)

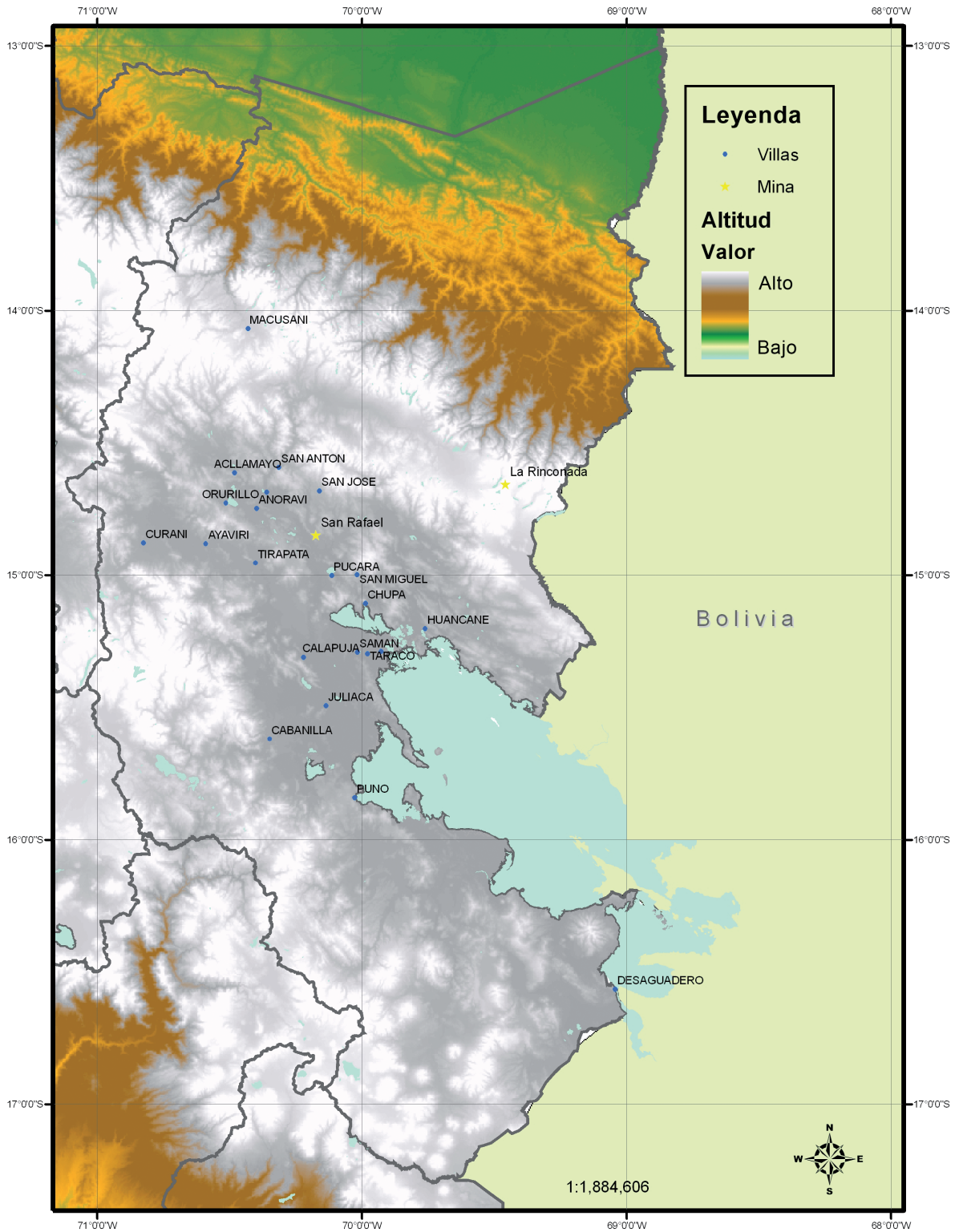
TELEFONÍA MÓVIL; DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL;
ZONAS RURALES; DESARROLLO RURAL; FERIAS; PERÚ; PUNO

WD/03.01.02/E/50

Índice

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN..... | 5 |
| 1 Tradición y modernidad: contextualizando el estudio | 9 |
| 2. El contexto de desarrollo rural | 21 |
| 2.1 La actividad comercial | 21 |
| 2.2 La actividad agropecuaria..... | 25 |
| 2.3 De qatus, plazas o ferias: los espacios de comercialización | 32 |
| 2.4 “Ya no es como antes”: medios y desarrollo rural..... | 39 |
| 3. La telefonía móvil en el ámbito rural | 49 |
| 3.1 “Todos tienen celular”: los procesos de universalización de la telefonía móvil | 49 |
| 3.2 Los periodos iniciales de adopción y los límites del proceso de universalización de la telefonía móvil | 54 |
| 3.3 El impacto multidimensional de la telefonía móvil..... | 59 |
| 3.4 Estrategias contingentes de comunicación | 73 |
| 3.5 El uso lúdico | 74 |
| 3.6 Las relaciones “desterritorializadas” | 75 |
| 3.7 Mitos y miedos alrededor de la telefonía móvil | 78 |
| REFLEXIONES FINALES | 81 |
| ANEXOS | 83 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 85 |

Mapa
ZONA DE ESTUDIO CON SUS PRINCIPALES LOCALIDADES



Introducción

Diversos estudios han demostrado que el acceso a la telefonía móvil se ha incrementado de manera considerable en el Perú, particularmente entre los sectores menos favorecidos de la sociedad.¹ La estadística da cuenta de la enorme disparidad existente entre el acceso a la telefonía fija y la telefonía móvil.² Con enorme optimismo, el ex presidente de la república, Alan García, señaló en su discurso con motivo de las Fiestas Patrias del 2008:

[En el] año 2006 había seis millones de teléfonos celulares, ahora son 18 millones 500 mil. Hemos pasado de seis millones a 18 millones 500 mil en dos años, significa esto que aquel que adquiere un pequeño aparato y paga la conexión, tiene algo más de recursos. Además, hay 771 distritos que carecían de servicio móvil y que han sido incorporados y para el 2009 esperamos tener, y ojalá pueda decirlo aquí, 21 millones de líneas móviles, es decir, una de las tasas más altas del mundo. Eso, señores, promueve la libertad, la economía y la cultura.

Frente a estas cifras, es razonable preguntarnos: ¿hasta qué punto es posible establecer una relación tangible entre el consumo masivo de telefonía móvil y el desarrollo socioeconómico?, ¿qué promueve a la telefonía móvil en las poblaciones rurales del país?, ¿qué impacto tiene su uso en el desarrollo económico y social?

Este documento busca responder estas y otras interrogantes a través del análisis de la información cualitativa recogida en un extenso estudio de campo. El objetivo central fue rastrear los procesos de apropiación y uso del teléfono móvil y averiguar cómo repercuten en la vida socioeconómica de la población en el área de influencia de dos ferias en el departamento de Puno: la de Asillo, en el distrito del mismo nombre, en la provincia de Azángaro, y la de Taraco, también en el distrito del mismo nombre, en la provincia de Huancané.³ El documento fue parte del componente rural del estudio “Comunicaciones móviles y desarrollo socioeconómico en América Latina”, dirigido por la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y financiado por la Fundación Telefónica.⁴

-
1. Castells *et al.* 2006.
 2. Barrantes 2007; INEI 2010.
 3. El área de influencia fue identificada en las primeras fases del trabajo de campo, aplicando una encuesta sencilla sobre la procedencia de los vendedores y compradores en cada una de las ferias.
 4. Los resultados de la extensa investigación pueden encontrarse en Fernández-Ardèvol, Galperin y Castells (2011). En el Perú, el IEP estuvo a cargo del estudio sobre el impacto de la telefonía móvil en el medio rural.

Nuestro estudio reconstruye el repertorio de fenómenos socioculturales que se construye alrededor del teléfono celular. Partimos así del reconocimiento de que cualquier innovación tecnológica es aceptada e introducida en las prácticas cotidianas de una manera que no es automática.⁵ En tal sentido, es nuestra intención contribuir a reflexionar sobre cómo las personas construyen significados en torno a la telefonía móvil, cómo su uso viene revolucionando los sistemas de comunicación en el país, y cómo el acceso a este artefacto cambia las relaciones humanas y la propia conducta de quienes acceden a él, pues así como “todos tienen celular”, todos construyen discursos, imágenes y comportamientos alrededor de él.

De ahí que el informe se ocupa, en primer lugar, del contexto sociocultural en el que se inscriben los procesos de introducción, uso y apropiación de la telefonía móvil. Uno de los primeros aspectos de los cuales damos cuenta es que las características socioeconómicas de los distritos estudiados nos muestran una realidad dinámica, donde coexisten elementos culturales autóctonos con elementos modernos, junto a una intensa inserción en los mercados. Se trata de procesos enormemente complejos, pues no solo se inscriben en un contexto caracterizado por una alta desconfianza en el Estado, sino también en una modernización que en muchos casos carece de planeamiento y es altamente informal, y en la que el Estado tiene poca o nula participación. En consecuencia, afirmamos que los procesos de modernización carecen de una institucionalidad que los soporte.

En la segunda parte caracterizamos el contexto de desarrollo rural de los hogares, enfatizando que las familias dependen básicamente de la ganadería,⁶ una actividad muy arraigada en esta zona. En el pasado, esta actividad se reducía básicamente a la crianza de ovinos y de camélidos sudamericanos (alpacas y llamas), lo que no obligaba a producir pasto, pues esos animales podían vivir a expensas del pasto natural, tan abundante en las partes altas e inhóspitas del altiplano. En esos tiempos, las tierras —que en la actualidad se destinan a la producción de pastos— se dedicaban básicamente al cultivo de tubérculos, y esta zona era muy reconocida por ello. En otras palabras, la producción agrícola marcaba distancia respecto de la actividad pecuaria. Empero, la introducción de ganado vacuno —principalmente de la raza Brown Swiss— hace aproximadamente dos décadas, ha ocasionado que la producción agrícola se especialice en los pastos cultivados. En consecuencia, la separación de las actividades agrícola y pecuaria tiende a desaparecer, ya que la producción de papa, cebada o quinua, entre otros cultivos, cede ante la necesidad de cultivar pastos para alimentar al ganado vacuno. Al mismo tiempo, se ha reducido también la crianza de auquénidos.

Según la población, este cambio se debe a que la actividad agrícola se había vuelto insostenible, no solo por su baja rentabilidad, sino fundamentalmente porque dependía de las condiciones climatológicas, que en la zona del

5. Bar y Ureta 2010.

6. Aunque, como veremos más adelante, la mayor parte de la población de la capital del distrito de Asillo se dedica a la actividad comercial.

altiplano son muy impredecibles. Sin embargo, el cambio en el tipo de producción, resultado de la introducción de ganado, ha mejorado el ingreso de las familias o, por lo menos, les ha dado estabilidad. Adicionalmente, encontramos que si de algo no se quejan los productores ganaderos es del mercado, pues tanto la producción de leche como la de sus derivados a duras penas abastecen la demanda.

Desde el punto de vista comercial, ambos distritos se encuentran bien articulados con las principales ciudades del sur del país: Juliaca, Puno, Cuzco, Arequipa y Tacna, e incluso con ciudades de Bolivia, como Copacabana, El Alto y La Paz. En ambos los principales centros de comercialización son las ferias locales. En Asillo, la feria tiene lugar los días domingos, y en Taraco, los jueves. Mientras que en Asillo se comercializan sólo productos de panllevar, ropa y artefactos electrodomésticos, etc., en Taraco, además de lo señalado, se vende ganado vacuno.

Los comerciantes no solo acuden a estas dos ferias locales, sino también a otras de la región. Así, por ejemplo, el itinerario de quienes participan en la feria de Asillo incluye la feria de Progreso —un centro poblado perteneciente al distrito de Asillo—, que se realiza los jueves y en la que también se comercializa ganado vacuno, y las ferias del distrito de San Antón, del distrito de Orurillo y de Aqllamayo, en el distrito de San José. En el caso de los feriantes de Taraco, su itinerario incluye las ferias de los distritos de Samán, Huancané y Ayaviri, entre otras. En el mapa podemos apreciar la zona de estudio con sus principales localidades.

Seguidamente, presentamos cómo se han ido introduciendo los medios de transporte, los de comunicación y los servicios básicos en ambos distritos. Se trata de hacer evidente los cambios que han provocado y de destacar la complementariedad que existe entre ellos.

El tercer capítulo expone nuestros hallazgos sobre los procesos de uso y apropiación de la telefonía móvil y los impactos que pueden identificarse. Partimos de la constatación de un proceso de universalización de la telefonía móvil, por cuanto su acceso no discrimina edad, sexo ni condición social. Al mismo tiempo, encontramos que este proceso enfrenta ciertos límites que tienen que ver, entre otros aspectos, con las contradicciones existentes entre la accesibilidad y la asequibilidad, así como con los sistemas de pago. También vemos cómo las decisiones de consumo de unos influyen en otros, por ejemplo, en lo que respecta a la adopción masiva del sistema prepago, aun para familias para quienes el pospago sería más beneficioso. Por otro lado, llamamos la atención sobre la pobreza y el machismo que todavía persisten en las zonas rurales del país, en tanto condicionan el acceso a la telefonía móvil de las poblaciones de bajos recursos, así como de las mujeres.

En este contexto de universalización acelerada de la telefonía móvil, los pobladores no identifican claramente su influencia en los procesos socioeconómicos, aun cuando su uso cotidiano permite obtener de manera más rápida cierta información, lo que influye positivamente en los procesos productivos y en la posibilidad de estar en contacto con los seres queridos. Al ser preguntados sobre los ámbitos de impacto de la telefonía móvil, en orden de

importancia figuraron los siguientes: a) el ámbito familiar, b) el ámbito social; y, c) el ámbito laboral-productivo. Es importante mencionar que en el año 2008, al momento de realizar nuestro estudio, la cobertura de telefonía móvil más allá de las ciudades de Puno y Juliaca era muy reciente: en promedio, tenía poco más de un año y medio.

De nuestros hallazgos sobre los procesos de apropiación y uso de la telefonía móvil, destacamos algunos que resumimos a continuación. En primer lugar se encuentran las estrategias que desarrollan los pobladores para comunicarse, en un contexto de reducida cobertura física de las redes y de alto costo del servicio. La gente pacta horas y lugares de realización y / o de recepción de llamadas, y utiliza medios adicionales, como las emisoras radiales, para comunicarse. Seguidamente, discutimos el uso de los aparatos por parte de los jóvenes, quienes buscan en ellos principalmente un medio de distracción. En tercer lugar, reportamos los mitos y miedos que se generan alrededor de la telefonía móvil. Estos aluden a enfermedades —como el cáncer— supuestamente generadas por el uso excesivo del celular; a las muertes que provocaría este aparato por cuanto atrae a los rayos; a los robos y estafas que se pueden cometer con él, etc.

Este informe se hizo sobre la base de la información recogida a lo largo de cuatro meses de trabajo de campo: dos de ellos en el distrito de Asillo y otros dos en el de Taraco.⁷ Nuestra presencia en el campo fue continua. Utilizamos técnicas de observación participante, que permitieron acercarnos a los pobladores, y la etnografía como estrategia de investigación, que incluyó entrevistas semiestructuradas. Estas entrevistas hicieron evidente la contradicción que existía entre las respuestas que obteníamos y las prácticas que observábamos cotidianamente. Por ejemplo, cuando preguntábamos a los productores y comerciantes si el celular repercutía de manera positiva en su actividad económica, la respuesta era positiva; pero al observar la dinámica misma de la producción, así como los procesos de comercialización, notábamos muchas veces que el celular tenía poca o ninguna vinculación con ella.

7. El investigador de campo es quechuahablante, lo que facilitó su acercamiento a la población y la obtención de datos.

Tradición y modernidad: contextualizando el estudio

En Puno, el mes de agosto es considerado el *quñi killa*, literalmente, el “mes caliente”, en tanto es el mes intermedio entre el crudo invierno de junio y julio y la temporada de lluvias que comienza en octubre o noviembre. Los matrimonios tienen lugar a lo largo de ese mes. En el distrito de Asillo, su celebración se prolonga hasta la primera semana de octubre, cuando tiene lugar la fiesta patronal del San Jerónimo; en el de Taraco, hasta la tercera semana del mes de octubre, cuando se organizan las fiestas de aniversario del distrito, con corridas de toros en honor de San Taraco, pues tal como veremos, muchos de los matrimonios incluyen cargos de alferados.⁸



Una mañana despertó al pueblo el *Casarasiri*, ejecutada por una de las bandas más prestigiosas del distrito. El *Casarasiri* es el nombre de una canción del altiplano que ameniza los matrimonios y que se ha convertido en uno de sus símbolos. Su nombre ha sido “quechuizado” de la palabra castellana “casamiento” y sus letras describen con ironía a los novios, a sus padres y padrinos.

Aquella mañana, mujeres y hombres, ataviados con sus mejores trajes —las mujeres con polleras, mantones de seda y sombreros de felpa, y los hombres con saco oscuro y también con sombrero de felpa—, se afanaban en alistar la mixtura para rociarla sobre los novios y los padrinos que pronto saldrían de la iglesia.

La noche anterior había llovido y todavía había charcos de agua en la calle. La gente se mostraba animada luego de que por fin había terminado la prolongada sequía. Preparar los terrenos para la siembra era el tema de las conversaciones.

De pronto, la banda irrumpió con la marcha nupcial. La gente se percató de que la misa había concluido y de que los novios abandonaban la iglesia, por lo que se apresuró a acercarse a ellos para rociar las mixturas. La banda cambió de tono y nuevamente tocó el *Casarasiri*. Nosotros, junto con algunos

8. Se denomina “alferado” a la pareja de esposos que asume la responsabilidad de organizar las fiestas patronales. En este caso, designa a la pareja responsable de organizar la fiesta taurina en honor de san Taraco, patrono del distrito del mismo nombre.

invitados, nos subimos a un camión que nos llevaría a la parcialidad de Ccasana Copallino, lugar donde se había organizado la fiesta.⁹

Cuando llegamos, ya mucha gente se había adelantado. El patio de la casa se había convertido en una especie de sala de recepción. Una carpa sostenida con fierros y cubierta con telas de seda daba sombra a quienes se hallaban sentados sobre el poyo. A un costado, unos músicos de Juliaca tocaban las cumbias del grupo Los Puntos.

Un sol intenso irradiaba aquella mañana. Algunas personas sacaban agua del pozo para remojar la cabeza, otras se refrescaban con cerveza. Las mujeres se acercaban a las paredes de adobe en busca de sombra.

Después de casi dos horas de espera, llegaron los novios. Los invitados se dirigieron presurosos a darles la bienvenida. Los novios bajaron del carro y se dirigieron al centro del patio. Detrás de ellos los invitados aplaudían tarareando el *Casarasiri*. La nueva pareja caminaba flanqueada por sus respectivos padrinos: a la derecha del novio iba el “padrino mayor” y el “padrino menor”, y a la izquierda de la novia iba la “madrina mayor” y la “madrina menor”.

De pronto, la pareja se detuvo casi al centro del patio. Sus padres se acercaron a ella descubriéndose la cabeza; luego se arrodillaron, trazaron una cruz con el dedo, se persignaron y abrazaron a los novios y a los padrinos deseándoles “buenas horas”.¹⁰ A continuación, hicieron entrega a cada uno de los padrinos de dos botellas de cerveza envueltas en una *inkuña*.¹¹ De igual forma, los padrinos entregaron dos botellas de cerveza a los padres del novio, envueltas también en una *inkuña*, en señal de reciprocidad.

Los padrinos se tomaron inmediatamente la cerveza, luego saludaron a los presentes, exhalaban sobre los vasos y desparramaron el líquido sobre el suelo en forma de cruz, para luego echar con fuerza la bebida sobrante en dirección a donde sale el sol. A continuación, hicieron lo mismo las madrinas y los padres de los novios. A este acto se lo denomina *challar* y es una de las formas a través de las cuales la población reverencia a la “santa madre Tierra”. El *challar* o *challado* constituye un acto religioso que se celebra en todo tipo de acontecimiento —sea este privado o público— y que tiene múltiples significados. Entre ellos, el más difundido es la idea de que la Tierra, al igual que los seres humanos, siente sed, y que es obligación de sus habitantes saciarla con el primer vaso de chicha, cerveza o gaseosa que se sirve en una reunión. El *challado* también permite predecir el futuro inmediato de quien *challa*: si sale mal, es señal de que algo malo va a ocurrir; de lo contrario, sirve de aliento.

-
9. Según el diccionario de la RAE, una parcialidad es “Cada una de las agrupaciones en que se dividían o dividen los pueblos primitivos”. Desde una perspectiva histórica, en los siglos XVI y XVII, la voz *parcialidad* se refería a la parte de un todo, a una división sociopolítica del mundo andino (Rostworowski 1981).
 10. “Buenas horas” es la frase que se usa para desear parabienes a los novios, a los dueños de un *wasichakuy* (o techado de casa), a los que asumen cargos, etc.
 11. La *inkuña* es una manta sagrada que se usa básicamente para guardar coca o llevar regalos.

Otras de las formas a través de las cuales la población reverencia a la Tierra es el *kintusqa*, un acto ceremonial que precede a todas las actividades sociales y familiares y donde el elemento central es la hoja de coca. En esta ceremonia, se tiende sobre una mesa o sobre el suelo la *inkuña* —una pequeña manta que todas las familias poseen y que es usada exclusivamente para llevar coca—, y sobre ella se desparraman hojas de coca y se coloca un vaso y una botella de vino. Luego se designa al responsable de dirigir la ceremonia. Este se pone de pie, invita a los demás a que hagan lo mismo, se persigna y murmura algunas palabras en señal de oración. Los invitados lo siguen en el rezo. Después toma entre sus manos las tres hojas más sanas de coca —a las que se llama *kintu* y de donde proviene el nombre de *kintusqa*—, se las lleva a la boca y exhala sobre ellas para finalmente depositarlas en un vaso. Los demás hacen lo mismo. A continuación, el responsable de la ceremonia pide permiso, y murmurando algunas palabras, se aleja del grupo con el vaso en la mano, para terminar tirando su contenido en dirección a donde sale el sol.* Luego retorna al grupo y abraza a los dueños de casa diciendo: “Que sea buena hora”, o en quechua, *allin hura kachun*. Los demás hacen lo mismo: todos se abrazan pronunciando esta frase. La ceremonia termina con el reparto de las demás hojas de coca. Todos se sientan alrededor de la *inkuña* y *chakchan*, matizando las hojas de coca con aguardiente o cerveza.

* Según algunos, cuando la ceremonia se realiza con motivo del fallecimiento de una persona, las hojas de coca y el vino se lanzan en dirección a donde se pone el sol.

Mientras tanto, los invitados que se encontraban en el local ya habían formado una ronda y bailaban al son del *Casarasiri*. Salieron a la calle tomados de la mano y una pareja de esposos se acercó a los novios, tendiendo una manta sobre la cual estos debieron hincarse para recibir las “buenas horas” de los invitados. Luego, la ronda rodeó a los novios y a los padrinos y al son del *Casarasiri* los condujo al local.

En él, los invitados continuaron bailando, con los novios y los padrinos situados al centro. Después de un rato, los recién casados abandonaron la ronda y junto con sus padrinos se dirigieron a la mesa de honor. Los invitados siguieron bailando. En fila, con los padrinos delante y por el lado derecho de la mesa, los novios tomaron asiento; detrás de ellos lo hicieron las madrinas, no sin antes dar una vuelta completa alrededor de la mesa. Algunos de los presentes explicaban que tanto los novios como los padrinos estaban impedidos de caminar por el lado izquierdo, puesto que ello constituye una señal de mal augurio.

Mientras tanto, los tenientes gobernadores y sus esposas —las *mamatinintinas*— ocupaban una mesa especial cubierta con una manta diferente a la de la mesa de los novios. Sobre ella se encontraban botellas de cerveza que los familiares de la nueva pareja les habían dado en señal de reconocimiento. La vestimenta que usaban se diferenciaba de la de los demás. Las

mamatinintinas vestían polleras y chaquetas de bayeta con flores bordadas con hilos fosforescentes; en la espalda llevaban una manta, también colorida, y dentro de ella la *inkuña*. Los varones, por su parte, vestían un terno oscuro hecho de bayeta y de uno de sus hombros colgaba una bufanda azul; llevaban además el *kapachito*, una pequeña bolsa tejida en lana de oveja en la que se carga coca y trago. De uno de sus brazos les colgaba *el mando*, una especie de pulsera hecha de cuero de la que pende un pequeño barrote enchapado con monedas antiguas. Cuentan que en el tiempo de los incas estos *mandos* se enchapaban con monedas de oro.

Los tenientes gobernadores están obligados a portar *el mando* desde las siete de la mañana hasta las cinco de la tarde, además de llevar, al igual que sus esposas, el *zurriago*, el cual les cruza el pecho de forma diagonal. Este y los demás objetos descritos simbolizan el poder de las autoridades políticas del distrito, y son a la vez la vestimenta típica del taraqueño.

Los tenientes gobernadores no bailan en los matrimonios. En realidad, tampoco son estrictamente invitados, sino que asisten a ellos porque forma parte de su responsabilidad legitimar con su presencia la unión de las parejas. Los novios son conscientes de que se casan no solo ante la Iglesia, sino fundamentalmente ante las autoridades del pueblo. En tal sentido, asumen que les deben respeto, un hecho que a veces impide la fácil separación. En muchas comunidades y parcialidades nos dijeron que una de las funciones de las autoridades comunales es velar por la estabilidad de las familias. Estas autoridades hacen lo imposible para que los matrimonios no se disuelvan, llegando incluso a recurrir al látigo. Si esta última medida no da resultado, optan por expulsar de la comunidad a quien hallan responsable de la separación, no sin antes confiscar sus bienes —desde tierras hasta ropa— para entregárselos a los hijos, con el fin de garantizar su bienestar. Muchos de los pobladores nos comentaron que el temor a esta medida hace que las separaciones no se concreten con facilidad.

Ccasana es una parcialidad, no es una comunidad. Tú me dices que eres propietario de tus tierras, ¿cómo es que debes obediencia y respeto a las autoridades? Comprendo que eso sucede en una comunidad, ¿pero en una parcialidad?

Así es, son como si estuviéramos en comunidad.

¿Cuáles son las obligaciones de las autoridades de una parcialidad?

Tratar sobre los linderos, o sea que no haya invasiones. Por ejemplo, mi límite es aquí [nos enseña una línea imaginaria al borde de su chacra] y si el vecino me invade, entonces las autoridades intervienen y hacen respetar.

¿Y otra cosa?

De las familias, por ejemplo, si alguien quiere separarse, primero le llaman la atención, le explican, y si se sacan la vuelta, les castigan con látigo, y si continúan, les quitan sus bienes y les dicen que se vayan.

O sea lo expulsan de la comunidad...

Si, por ejemplo, alguien abandona a la mujer y se va, al toque lo capturan y le llaman la atención. Y si continúa, si es terco, entonces le dicen que se vaya y todas sus cosas, hasta su dinero, le quitan para que se queden con sus hijos.

O sea para garantizar el bienestar de los hijos...

Sí, entonces se va sin nada, solito se va y le dicen que no vuelva. Por eso aquí pocos se separan.

O sea aquí las autoridades velan por el bienestar de las familias...

Sí.

(Conversación con Rubén, comunero de Ccasana Central, Taraco)

Cuando los novios ingresaron al local de la fiesta, los tenientes gobernadores y las *mamatenintinas* se pusieron de pie y, descubriéndose la cabeza, les dieron la bienvenida. Luego de que los novios ocuparan su lugar y de que la banda dejara de tocar el *Casarasiri*, los tenientes gobernadores se acercaron con sus esposas para descubrirse la cabeza, dibujar una cruz sobre el suelo, persignarse y abrazar a los novios y los padrinos deseándoles “buenas horas”. A continuación, las *mamatinintinas* se pusieron de pie, tomaron sus *inkuñas* y repartieron coca entre los invitados; decían que esta era su responsabilidad como esposas de los tenientes gobernadores.

Luego, los novios y los padrinos se ubicaron en el centro del patio, se tomaron de la mano y bailaron nuevamente el *Casarasiri*, mientras el público aplaudía. Terminado el baile, se ordenó servir el almuerzo. La banda de músicos lo amenizó con un vals. A continuación, tanto el padrino grande como el padrino menor hicieron entrega de sus respectivos regalos. El primero obsequió una cama, un ropero y diez cajas de cerveza, mientras que el segundo hizo entrega de un juego de sala y de otras diez cajas de cerveza. Los novios tomaron un poco de cerveza y la rociaron sobre sus regalos en señal de inauguración.

A continuación, hicieron lo propio los invitados. Sus regalos consistían en cajas de cerveza. Cargando estas cajas, se acercaban a los novios, quienes luego de recibirlas ordenaban a sus “secretarios” anotar cada uno de los regalos en un cuaderno. Así se formalizaba el compromiso de devolver lo que se recibía llegado el momento adecuado, por ejemplo, cuando sus ahora donantes se casaran.

Jamás pudimos saber cuántas cajas de cerveza se logró recaudar, pero con seguridad decimos que la cantidad sobrepasó de lejos lo que se requería para la fiesta, a pesar de durar esta dos días. Nos explicaron que lo que sobraba era luego vendido por los novios que, de esta manera, pasaban a tener un pequeño capital.

Simultáneamente al ritual de la entrega de regalos, la banda de músicos tocaba melodiosos huaynos que invitaban a los presentes a tomarse de las manos y bailar. Para entonces, la fiesta había llegado a su punto más alto y la euforia de los presentes se desataba de rato en rato. En un momento, una pareja de esposos apareció blandiendo banderines blancos, mientras invitaba a los presentes a formar una ronda. Hombres y mujeres saltaban dando gritos de alegría. Las mujeres se movían de un lado a otro y, con ellas, sus polleras. Luego, la pareja de esposos que enarbolaba los banderines ordenó a todos salir a la calle para dar una vuelta alrededor de la casa, en tanto había llegado la hora del *checce*, es decir, la señal que indicaba, no solo que el rito del

matrimonio había concluido, sino que a partir de ese momento los novios y los padrinos tenían permiso para bailar y beber independientemente.



La descripción de esta ceremonia de matrimonio nos permite contextualizar nuestro estudio sobre el impacto de la telefonía móvil. Hemos puesto en evidencia cómo la vida de la población parte de elementos culturales autóctonos.

Uno de los primeros elementos que resaltamos es la vigencia e influencia de la organización comunal, tanto en la comunidad campesina como en las denominadas parcialidades, como el ente regulador de la vida social. La población asume que la organización comunal otorga orden, seguridad y un sentimiento de pertenencia. Por tanto, más allá de enumerar las distintas funciones de las autoridades comunales, queremos resaltar cómo estas funciones evidencian símbolos que son legítimos ante la población.

Al mismo tiempo, constatamos una enorme predisposición de la población a modernizarse, lo que de ninguna manera niega la tradición. Observamos que lo moderno convive con lo autóctono, construyéndose así una especie de simbiosis o “sincretismo” cultural.

La mañana que visitamos Ramis, una comunidad ubicada al norte del distrito de Taraco, encontramos a dos familias que levantaban sus casas con la ayuda de parientes y vecinos. Las cuatro pilas de lo que serían las paredes de la casa habían sido levantadas a mediana altura. Sobre ellas se ubicaban algunos hombres que se encargaban de pegar los adobes entre sí; otro grupo se encargaba de alcanzar los adobes, y otro más de preparar el barro, mezclado con ichu y avena seca. Era la hora en que el trabajo alcanza su mejor momento; un murmullo mezclado con risas se escapaba de los labios enverdecidos de los campesinos. La idea era terminar lo más pronto posible para dar lugar a la celebración. A un lado, un grupo mixto de hombres y mujeres trenzaba los ichos que luego se convertirían en sogas con las cuales se sujetaban los ichus que cubrirían la casa. La alegría de este grupo era también desbordante: las mujeres se burlaban de los varones, pues no podían trenzar los ichus al ritmo de ellas. Otro murmullo femenino emanaba del lugar donde se había puesto el fogón; eran las mujeres que se afanaban en terminar el caldo de cordero previsto para el almuerzo.

Desde tempranas horas, familiares y amigos se habían reunido, unos para devolver el apoyo recibido de parte de los que ahora levantaban su casa, y otros para ayudar y “sembrar” el apoyo que recibirían de quienes ahora se beneficiaban con su ayuda. Se trata del *ayni*, una institución propia de las comunidades andinas y que en la comunidad de Ramis todavía sobrevive.

Desde el punto de vista de la población, su vida tiende a modernizarse. Y esto tiene que ver, entre otros aspectos, con una importante red vial que interconecta las distintas comunidades y parcialidades con las capitales de estos dos distritos y con las ciudades de Juliaca y Puno, entre otras; con una importante capacidad productiva y comercial; y con una significativa presencia del Estado en materia de salud y educación.¹² Pero, sobre todo, tiene que ver con la propia predisposición de la población que, como dijimos, apuesta por modernizar su vida, sus comunidades, sus formas de producción, etc.

Así, por ejemplo, el distrito de Taraco cuenta con 39 programas no escolarizados de educación inicial;¹³ dos centros educativos de educación inicial; 20 instituciones educativas de nivel primario (dos de ellas privadas); cuatro instituciones educativas de nivel secundario; y un centro de formación ocupacional dirigido por el Ministerio de Trabajo, que ofrece programas de carpintería, industrias metálicas y corte confección, entre otros. El distrito de Asillo, por su parte, cuenta con cinco instituciones educativas de nivel secundario; 25 instituciones educativas de nivel primario; y más de 30 programas no escolarizados de educación inicial.

Con respecto a la salud, ambos distritos se encuentran construyendo hospitales en sus capitales y, en el caso de Taraco, incluso se tiene previsto construir uno en uno de los centros poblados del distrito.

Por otro lado, el distrito de Asillo ya cuenta con una agencia del Banco de la Nación y en el distrito de Taraco se va a fundar una pronto.¹⁴ Al mismo tiempo, la población accede a préstamos financieros ofertados por otras instituciones crediticias, tales como la Cooperativa de Ahorro y Crédito La Isla, en el caso del distrito de Taraco, e Interbank en el de Asillo, aunque en este último caso la morosidad de muchos de sus prestatarios ha ocasionado que dicha entidad financiera restrinja sus programas de crédito. Aun así, esta necesidad crediticia ha sido cubierta por algunas organizaciones no gubernamentales (ONG), tales como Cáritas, Care Perú, Pro Mujer y Manuela Ramos, entre otras.

Los municipios distritales son las instancias de gobierno más representativas para la población. En la medida en que las actividades productivas de los hogares se centran en la ganadería, los gobiernos locales han asumido la responsabilidad de potenciar esta actividad a través de programas de subvención que consisten en brindar atención en salud animal, incentivar la tecnificación y apoyar la inseminación artificial. Pero notamos cierta resistencia en

-
12. Aunque no necesariamente esta presencia estatal se manifieste en mejores condiciones de vida o en una mejor relación entre el Estado y la sociedad. Lo que queremos decir es que esta presencia estatal se siente en el plano de la infraestructura.
 13. Los programas no escolarizados de educación inicial o PRONOEI son una alternativa de atención a niños que no tienen acceso a una educación formal, especialmente en zonas rurales y urbano marginales (OEA s/f).
 14. El Banco de la Nación proporciona los servicios bancarios para la administración de los fondos públicos al gobierno central, además de recaudar tributos y efectuar pagos, por encargo del tesoro público (BN 2009). Además de los bancos, otras instituciones financieras, como las cooperativas de ahorro y crédito y algunas ONG, representan fuentes de crédito en el ámbito rural (Trivelli *et al.* 2004).

gran parte de la población, debido al natural recelo frente a la inevitable introducción de tecnología moderna.

En ambos distritos, existe un sinnúmero de asociaciones de productores que fueron creadas a lo largo del tiempo con la idea de desarrollar la actividad ganadera introduciendo tecnología nueva y adoptando una perspectiva empresarial. Sin embargo, con los años muchas de ellas sucumbieron, debido a que la mayor parte no logró desprenderse del vínculo asistencial y paternalista que mantuvo con el Estado. Muchos de los dirigentes nos contaron que sus asociaciones solicitaron ayuda y firmaron convenios de cooperación, tanto con el Ministerio de Agricultura como con algunas ONG, y que si bien esto les permitió fortalecerse como organización, la discontinuidad de los beneficios que recibían directamente los integrantes mermó la voluntad de seguir manteniéndolas. Es más, hubo la idea de que estas asociaciones no contribuían al desarrollo, ya que si bien tanto el Ministerio de Agricultura como las ONG sí impulsaban un sistema de cooperación que se orientaba a desarrollar las capacidades de la población —fundamentalmente en el campo económico y productivo— con el fin de que en el futuro estas organizaciones operasen de manera independiente, este objetivo, al parecer, fue el que menos lograron, por cuanto una vez disuelta la relación ministerio-asociación u ONG-asociación, estas organizaciones entraron en crisis.

Ahora bien, a diferencia del distrito de Asillo, el de Taraco no es considerado en extrema pobreza por lo que, según refieren nuestros informantes, estaría impedido de acceder a la ayuda del Estado y de las ONG. Es más, no pocos pobladores se quejaban de que hubiese sido nombrado la “capital genética del Perú”, por cuanto ese título daba a entender que tiene una gran capacidad productiva y que, por lo tanto, no necesita ayuda. Es más, un importante sector de la población apuesta porque el título en mención sea retirado.

Encontramos otras manifestaciones de la tendencia a la modernización. Las viviendas, por ejemplo, incorporan en sus construcciones no solo material noble, sino también modelos propios de la vida urbana. En el caso de las comunidades y parcialidades del distrito de Taraco, por ejemplo, los ancestrales *putucos*, que son viviendas construidas a base de barro o champa en forma cónica, vienen cediendo paso a las viviendas construidas a base de adobe y techos de calamina y aun a las viviendas de material noble. Sin embargo, los *putucos* sobreviven y cobijan todavía a un número importante de familias, aunque consideramos que su tendencia es, si no a desaparecer, a convertirse en estructuras del pasado. Por lo pronto, según nos dijeron, se han dejado de construir nuevos *putucos* y las autoridades los vienen presentando ya como un atractivo turístico más. Incluso, en afiches y propagandas se lee que el distrito de Taraco es “la tierra de los putucos”.

Los hábitos de consumo de la población vienen también cambiando poco a poco. Por ejemplo, en los restaurantes y pensiones se nota una importante afluencia de personas que a simple vista no son trabajadores ni funcionarios, sino campesinos que, optan por comer en esos locales debido a que su trabajo les impide cocinar en casa. Por su parte, quienes cocinan en su hogar nos dijeron que ya lo hacen a veces con balones de gas, aunque la bosta sigue

siendo el principal combustible. Por último, aunque su alimentación no prescinde del chuño, incluye ahora productos de la ciudad, tales como fideo, arroz y pollo.

Tanto en Taraco como en Asillo existe una cantidad considerable de locales comerciales en donde se expende alimentos, productos de ferretería, cerveza, artículos de oficina, de tocador, artefactos electrodomésticos, celulares, entre otros. Ambos distritos cuentan también con hostales, y Asillo posee incluso un *pub* frecuentado principalmente por jóvenes y por quienes trabajan en las diferentes instituciones que operan en el lugar.

En el caso del distrito de Taraco, todas sus comunidades y parcialidades cuentan con luz eléctrica, lo que favorece la adquisición de artefactos electrodomésticos, desde computadoras hasta televisores y licuadoras. Y si bien no todas las del distrito de Asillo tienen luz, la población se las arregla de cualquier forma con tal de tener acceso a la televisión y / o radio; por ejemplo, usando las baterías de carro como generadores eléctricos.

En los matrimonios, los padrinos regalan ahora a los novios, sofás, roperos y camas.¹⁵ Los jóvenes se muestran como los verdaderos propulsores de la modernidad, en tanto están al tanto de los avances que se dan, por ejemplo, en las tecnologías de comunicación. Son ellos quienes estudian carreras profesionales en la Universidad Nacional del Altiplano e incluso en la Universidad Particular Néstor Cáceres Velásquez de la ciudad de Juliaca, y los que regresan a sus distritos de origen los días de descanso inyectando de alguna manera toques de modernidad en la vida de la población. Ellos, junto con los escolares, son los principales clientes de las cabinas de Internet que existen en las capitales de ambos distritos.

Antiguamente, la población utilizaba burros y caballos; hoy, hombres, mujeres y niños se movilizan en motos y bicicletas. Estos nuevos medios de transporte, sumados a la red vial, favorecen la movilidad de la población. Ciertamente, una de las cosas que llamó nuestra atención es la facilidad con la que la gente se mueve de un lado a otro. Los motivos para hacerlo son fundamentalmente laborales.

En el caso del distrito de Asillo, muchos pobladores combinan su actividad productiva con empleos temporales en la selva puneña o en la de Puerto Maldonado, y en Taraco, muchos acuden a la mina La Rinconada para internarse en los socavones y trabajar en la extracción de oro. El solo hecho de que la población refiera viajar, al menos una vez al año, a las ciudades de Cuzco, Tacna, Arequipa o Moquegua da cuenta de lo mucho que se moviliza. Y estos viajes la exponen a novedades que, eventualmente, incorpora.

Mezclada con estos procesos de modernización que parten de prácticas culturales autóctonas, se encuentra una enorme desconfianza. Constatamos que este sentimiento se dirige básicamente al Estado y sus instituciones.

Así, por ejemplo, una de las primeras cosas que hicimos en Asillo fue reunirnos con las autoridades con la finalidad de explicarles las razones de nuestra

15. Dicen que antes, la costumbre de los padrinos era regalar novillos a los novios.

visita y el proyecto que nos traía al lugar. Los tenientes gobernadores se habían congregado porque tenían que efectuar el izamiento dominical de la bandera. El gobernador nos dijo que la reunión se llevaría a cabo luego de la ceremonia, y que nos daría un espacio para hablarles de nosotros y de nuestro proyecto.

En efecto, luego de la ceremonia de izamiento, los tenientes gobernadores y las *tenientinas* se dirigieron a la gobernación. El gobernador nos pidió acudir al auditorio. Ni bien les mencionamos que una de nuestras actividades consignaba la realización de encuestas, las preguntas comenzaron. Aun cuando les explicamos, el descontento reinaba. Más allá de los pormenores de dicho cuestionamiento, lo que nos interesa resaltar es la enorme desconfianza que existe entre la propia población, y entre la población y las distintas instituciones, sean estas privadas o públicas, pues incluso habiéndoles contado sobre la reunión previa que sostuvimos con el gobernador distrital y con el alcalde del municipio, en la que les habíamos explicado los objetivos y la metodología de nuestro trabajo, el descontento continuaba.

Constatamos que más que un cuestionamiento a nuestro trabajo, lo que había era un descontento con el Estado. No pocos nos acusaron de ser infiltrados del gobierno o de trabajar para la empresa Telefónica. “Nosotros somos rebeldes”, dijo uno de los tenientes gobernadores, al tiempo que argüía que tal vez esa conducta se debía al consumo de agua contaminada por las mineras, lo que ocasionó risas entre los presentes. Con esto nos daban a entender que estaban dispuestos a tomar represalias drásticas con cualquiera que apareciera sin aviso en sus comunidades. Otro se levantó y dijo, refiriéndose a los encuestadores: “¿Cómo es posible que vengan casa por casa a preguntar qué hemos comido o en qué gastamos nuestro dinero? Quién sabe qué serán esos... de repente son chilenos, o Estados Unidos los ha mandado para que averigüen nuestras tierras y se las lleven, o son extraterrestres”.

Para entonces, ya habíamos repetido que el estudio buscaba averiguar cómo la telefonía móvil había repercutido en la vida económica de la población, por lo que uno de los presentes se levantó y dijo: “La Telefónica nos está robando”. Luego nos pidió interceder ante esa empresa a fin de que bajase el costo de las llamadas, diciendo que necesitaba el celular para mantenerse comunicado, pero que ese servicio era excesivamente caro.

La reunión nos permitió constatar que la población estaba tensa y que era muy propensa a la violencia. No pocos evocaban su actitud “rebelde” al haber despojado del cargo a tres alcaldes seguidos. Además, por esos días había un problema entre la población de lo que denominan la *zona de riego* y la de la *zona de secano*. Al parecer, el conflicto se debía a que la zona de riego solicitaba un presupuesto adicional de 400 mil nuevos soles al municipio a fin de reparar los canales de riego, situación con la cual la población de la zona de secano no estaba de acuerdo, por lo que había acordado realizar una movilización en contra del alcalde. Los comerciantes que habían tenido conocimiento de ello se reunieron inmediatamente y acordaron impedir que la movilización se realizara. Argüían que los de la zona de secano habían decidido llevar a cabo la movilización no solo para obligar al alcalde a no aceptar la solicitud, sino también para impedir el desarrollo normal de la feria dominical.

Por su parte, en el distrito de Taraco la violencia o la rebeldía de la gente no se agotaban en el simple discurso, la mera amenaza o la desconfianza, sino que se habían traducido ya en ajusticiamientos populares como formas de resolución de conflictos. En una comunidad, por ejemplo, escuchamos el caso de un asesinato motivado por intereses de tierras. Ante este hecho, la comunidad había reaccionado apresando al asesino. Luego de obligarlo a confesar, sus tierras fueron confiscadas y se le obligó a pagar una multa a favor de la viuda, pues de lo contrario, el asesino no solo sería expulsado con su familia de la comunidad, sino también denunciado ante los fueros judiciales. El asesino, en salvaguarda de sus intereses, así como para evitar el “engorroso” proceso judicial y una condena carcelaria, aceptó estas condiciones. La viuda, por su parte, quedó conforme, por lo que las autoridades comunales acordaron levantar un acta en el que consignaron que el asesinado había muerto de manera natural.

Las autoridades que nos contaron esta historia nos dijeron que acostumbran resolver los casos de esta manera, no solo porque desconfían de las autoridades judiciales, sino porque consideran que la pena de cárcel impuesta a un asesino no resarce eficazmente el daño ocasionado. Más aún, opinan que hacer un juicio es una pérdida de tiempo y dinero, con la posibilidad, además, de no salir airoso. Este tipo de resoluciones —que se extiende también a otros delitos, tales como violaciones, maltrato físico, usurpación de tierras o robo de ganado— forma parte de una especie de conciliación extrajudicial, por cuanto si las partes no llegan a un acuerdo, las autoridades apresan al responsable y lo entregan a las autoridades correspondientes.

Casi en todos los pueblos nos advertían de la rebeldía de la gente. En realidad, lo escuchamos no solo en los distritos de Taraco y Asillo, sino también en Juliaca, Huancané, Azángaro y Ayaviri. Se trata de una autopercepción que se extiende a lo largo y ancho del departamento de Puno, con el añadido de que se dice que la gente de Taraco y Asillo es traicionera, de no fiar y capaz de matar.

Una tarde conversamos con Vidal, un campesino de la parcialidad de Jasana Copallino, mientras un tractor araba sus tierras. “Nosotros no necesitamos policías”, nos dijo, “porque son corruptos, porque no creemos en ellos”. Soltó esa frase luego de contarnos que hace casi un año, varias comunidades y parcialidades que rodean a Ccasana habían obligado a un padre de familia de la comunidad de Patascachi a ahorcar a su propio hijo,¹⁶ debido a que habían comprobado que este formaba parte de una banda de delincuentes que aprovechaba la oscuridad de la noche y la soledad de las familias para entrar en las casas con engaños, y luego de asesinar a sus ocupantes, robarles sus bienes y sus animales.

16. Nos contó que, de pronto, aparecía gente muerta en sus propias casas, con el cuello cortado con cuchillo y a la que se le había saqueado sus bienes y animales. Primero fue en una parcialidad, luego en otra, y así sucesivamente. Esta situación generó pánico entre la población, por lo que esta se organizó a fin de investigar y dar con los asesinos, lo cual se logró no tanto por el interés de los campesinos, sino por los propios errores de los delincuentes.

Ante este hecho, la población se organizó bajo el liderazgo de las autoridades comunales y de los tenientes gobernadores para capturar al asesino. Una vez apresado, lo obligaron a reconocer su delito y a delatar a los demás integrantes de la banda, la cual al parecer estaba muy bien organizada, puesto que la integraban jóvenes de varias comunidades e incluso de la ciudad de Juliaca. Entonces, los pobladores enardecidos obligaron al padre del asesino a ajusticiar a su propio hijo, alegando que de lo contrario, los comuneros lo harían por él. El padre no tuvo más remedio que obedecer.

Siempre nos intrigó la idea de la “rebeldía de la gente”, puesto que pensamos que no se agota en la desconfianza que la población siente hacia el Estado y sus instituciones, sino que también responde a una especie de identidad construida históricamente alrededor de esta población. En el distrito de Asillo es fuerte la referencia a las legendarias figuras de los caudillos Silverio Quispe y Mariano Chankatuma, eximios dirigentes de la rebelión de Tupac Amaru II (ocurrida a fines del siglo XVIII) en la zona del altiplano. Los asileños se consideran sus hijos y, consiguientemente, herederos de esa “sangre rebelde” que impide el fácil sometimiento ante cualquier forma de opresión y abuso. La identidad asileña emerge alrededor de estos personajes históricos y enfatiza el coraje, el patriotismo y la rebeldía como símbolos de identidad.

En el caso de Taraco, “la rebeldía de la gente” se explica a partir de una leyenda que tiene como personaje principal a san Taraco, patrono del pueblo. De acuerdo a este relato, san Taraco —que según el santoral católico era un soldado romano—, se habría enfrentado al diablo y lo habría decapitado con su espada. Sin embargo, una equivocación habría hecho que colocase la cabeza del diablo en el lugar de la suya, y que sostuviese en sus manos la suya, en lugar de la del diablo. Así es como se lo representa en el altar de la iglesia erigida en su honor. Según la gente, este error habría influido para que la población del distrito de Taraco sea “doble cara”, “traicionera”, “rebelde”.

En este contexto de pobreza, confluencia de valores y prácticas autóctonos, y toques de modernidad analizamos entonces el uso, la apropiación y el impacto socioeconómico de la telefonía móvil.

El contexto de desarrollo rural

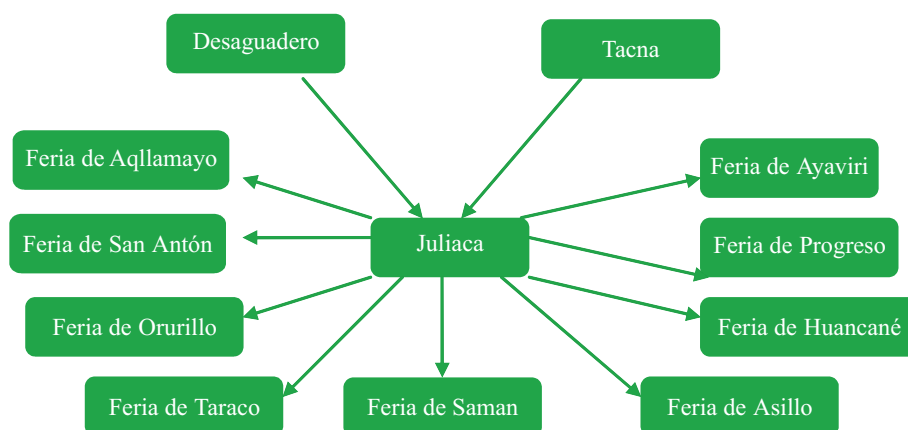
Comprender las características del uso y apropiación de la telefonía móvil, así como de su impacto en el desarrollo socioeconómico de la sociedad rural, requiere conocer cómo se desarrollan las actividades de los pobladores de las zonas estudiadas en Puno. En este capítulo, emprendemos esta descripción y análisis.

2.1 LA ACTIVIDAD COMERCIAL

Mientras el distrito de Asillo se autodefine como “un pueblo de comerciantes”, el de Taraco lo hace como “la capital genética del Perú”, en alusión a su principal actividad económica, que es la ganadería. Sin embargo, tanto en el caso de Asillo como en el de Taraco esta autodefinición se circunscribe a la capital del distrito, cuya población se dedica mayoritariamente a la actividad comercial y a la ganadería. El área rural de ambos distritos, en cambio, se consagra principalmente a la agricultura. Más allá de la primacía de una u otra actividad, queremos resaltar que la actividad comercial constituye, sin lugar a dudas, uno de los principales motores de la economía, no solo de los dos distritos estudiados, sino de toda la zona del altiplano.

Cuando hacemos referencia a la actividad comercial, nos referimos fundamentalmente al comercio de productos importados, los cuales son traídos básicamente de las zonas de frontera entre Perú y Bolivia y del departamento de Tacna. No obstante, no son los comerciantes de los distritos de Asillo o de Taraco los que acuden a esos lugares a proveerse de estos productos, sino que estos son llevados por comerciantes que se dedican al contrabando, y que tienen su centro de comercialización y distribución en la feria de Juliaca, la cual se realiza los lunes.¹⁷ En todo caso, los comerciantes de Asillo y Taraco participan de esta ilícita actividad de manera indirecta, pues se proveen de estos productos en Juliaca, para luego comercializarlos en las diferentes ferias que se realizan en la zona.¹⁸

-
17. La noche que viajamos en autobús de la ciudad de Tacna a la de Puno, una contrabandista interrumpió el silencio y nuestros sueños. Acercándose a cada uno de los asientos, nos despertó para pedimos que nos pusieramos unas casacas con el fin de hacerlas pasar como si fueran nuestras. Según decía, la garita de la aduana se encontraba cerca y por tanto corría riesgo de ser descubierta y de perder su mercancía. Muchos accedimos, no solamente por las suplicas de la contrabandista, sino también porque a esa hora, el frío de la puna era intenso y penetrante, por lo que una prenda más encima nos caía muy bien. Así, nos convertimos en “chacales”, que es como se llama a quienes ayudan a los contrabandistas a pasar productos de contrabando.
 18. Los choferes de las combis que prestan servicio de transporte de Taraco a Juliaca nos dijeron que los lunes son los días en los que más ganancias perciben, debido a que ese día se lleva a cabo la feria a la que la población acude masivamente.



La actividad del contrabando no es entonces exclusiva de los feriantes de Juliaca. Como dijimos, muchos de los comerciantes que participan en las ferias de Taraco, Asillo y alrededores practican también esta actividad, aunque sea de manera indirecta. Sin embargo, se trata de una minoría en comparación con los de la feria de Juliaca. En la feria de Taraco nos dijeron, por ejemplo, que la gran mayoría de comerciantes son foráneos que venden fundamentalmente productos de contrabando. Mientras, constatamos que muchos de los comerciantes de la feria de Asillo (por no decir todos) se habían dedicado al contrabando en algún momento de su vida, pero que lo habían ido dejando por diversos motivos, entre los que destacan que el control de la aduana se ha incrementado de manera considerable en los últimos años.¹⁹

Este es el caso de Esteban, un comerciante de las ferias de Asillo, Progreso, Orurillo y Aqllamayo, entre otras. Según nos contó, ni bien se casó (hace diez años aproximadamente), consiguió un préstamo de un amigo suyo. La mitad la destinó a la compra de ganado y la otra mitad se la dio a su esposa para que se dedicara al negocio de ropa. El acuerdo era que Esteban asumía la responsabilidad de la actividad ganadera y su cónyuge la del negocio de ropas, pero que la colaboración debía ser mutua. Refiere Esteban que cuando decidieron dedicarse al comercio, ambos eran novatos, y que con el tiempo fueron adquiriendo experiencia. Desde entonces, ya no visitan las ferias a las que acudían al comienzo, sino que han optado por las de Asillo, Orurillo, Ayaviri, Progreso y San Antón. Lo mismo ha pasado con los lugares a donde acuden para abastecerse de mercadería; si antes iban a la frontera con Bolivia e incluso a las ciudades de La Paz y Tacna, ahora solo concurren a Juliaca, luego de una amarga experiencia. El año pasado, volviendo de Tacna, fueron intervenidos por funcionarios de aduanas de Puno y despojados de toda su mercadería. Desde entonces se abastecen casi exclusivamente en la feria de

19. Durante el periodo de nuestra investigación, muchos comerciantes de Puno y Juliaca nos dijeron que se había hecho complicado viajar a Bolivia a traer contrabando debido a que el gobierno de ese país había encargado a sus fuerzas armadas el control de la frontera peruano-boliviana para impedir la salida de productos. “Si te quitan, ya no puedes reclamar. Caballero, pierdes no más”, nos dijo uno de los comerciantes.

Juliaca. Es interesante indicar que si bien ya no asumen el riesgo de transportar mercancía de contrabando, sí la comercializan.

Pero la actividad comercial no se reduce a la compra y venta de productos importados que llegan a Asillo y Taraco a través del contrabando, sino también de productos nacionales procedentes de muy distintos y lejanos lugares. Por ejemplo, de la ciudad cusqueña de Sicuani provienen las famosas *chutas* o verduras; la coca proviene de la ceja de selva puneña; y las prendas de vestir y el calzado, de la ciudad de Arequipa. En otras palabras, independientemente del tipo de comercio que se practica, la población practica la actividad comercial y, alrededor de ella, se produce un enorme movimiento económico.

Este apego por la actividad comercial es particularmente importante en el caso del distrito de Asillo, donde (al menos en la ciudad-capital) la mayor parte de su población es comerciante. Cuando intentamos rastrear el origen de esta inclinación por el comercio, muchos de nuestros informantes manifestaron que hace aproximadamente dos décadas este no era tan importante. En ese entonces, la gran mayoría de la población se dedicaba a la agricultura y la ganadería, y los comerciantes que participaban en la feria provenían sobre todo de afuera.²⁰ Ellos consideran que la acentuación de la crisis económica de fines de los años ochenta y la ausencia de políticas que atiendan las expectativas de desarrollo de la población fundamentalmente joven terminaron jalándolos hacia la actividad comercial. Ello, junto a la especial ubicación geográfica de la región —en el límite con el vecino país de Bolivia, así como cerca de la ciudad de Tacna, frontera con Chile—, y a las facilidades que el Estado otorgó para importar productos, fueron elementos que coadyuvaron para que la actividad comercial se convirtiera en la principal.²¹

Ahora es al revés. O sea la mayor parte es comerciante. Antes no era así. La mayor parte era agricultor, ganadero, trabajaba más en la chacra, pero parece que los jóvenes ya no les gusta y prefieren trabajar así, como comerciantes. Además, no hay trabajo y lo que producen ya no compensa. Ya no es como antes. Antes llevábamos de aquí papa, en camiones. Nosotros teníamos nuestro carrito y con eso llevábamos camionadas a Juliaca, papa, chuño, moraya, quinua. Ahora traemos papa de Juliaca. (Comerciantes de la feria de Asillo, grupo focal)

Lo que buscamos destacar es la importancia de la actividad comercial, que no solamente se evidencia en el movimiento económico propiamente dicho, sino también en las propias expectativas de la población, fundamentalmente de la joven. Podemos decir que los proyectos de vida y las relaciones sociales se encuentran intrínsecamente vinculados a la actividad comercial.

El caso de Roy, un joven profesor y comerciante a la vez, es representativo del apego de la población a la actividad comercial, pues no contento

20. Esta descripción coincide con la reportada por Bourricaud (1967).

21. Antiguamente, el contrabando era una actividad exclusiva de las poblaciones urbanas, de ciudades como Juliaca, Puno, Tacna o Cusco.

con haber logrado una profesión, ha incursionado también en el comercio desde hace unos tres años. Nos contó que la tienda que actualmente ocupa, que es propiedad de su padre, había sido arrendada a una de sus primas. Sin embargo, un “cambio de palabras” entre esta prima y su padre hizo que Roy lo convenciese de que la desalojara y que en su reemplazo lo pusiera a él en el negocio. Para entonces, Roy había logrado ahorrar un capital producto de su trabajo y, con su esposa, viajó inmediatamente a Juliaca, donde ambos se abastecieron de productos de primera necesidad. Con el tiempo, combinaron ese negocio con la venta de artículos de librería y escritorio, para luego poner máquinas fotocopadoras y una computadora con la cual realizan trabajos de tipeo. Recordó también que su local fue uno de los primeros del pueblo en ir mejorando lo que, según Roy, provocó que muchos de sus paisanos abrieran también una tienda. Paralelamente, adquirió una camioneta station wagon y con algunos amigos fundó la empresa de transporte Asillo Tierra Querida. Con cierto orgullo, Roy recordaba todo esto, mientras enfatizaba que la población de Asillo y, en general, la de Puno, es muy trabajadora.

Con su enorme cantidad de tiendas, la calle Bolognesi, la principal de Asillo y la puerta de entrada a esta capital de distrito, refleja la importancia de la actividad comercial en la zona. Estas tiendas expenden fundamentalmente productos de panllevar, y muchas de ellas son además depósitos en los cuales se almacena productos que luego se venden en las distintas ferias. Por las mañanas, se concentra en ella una cantidad considerable de gente que se apresta a subir a los camiones que se hallan estacionados en ambos lados de la pista. Choferes, ayudantes y los propios pasajeros se desesperan acomodando cajas, kipis y costales para luego dirigirse a las ferias. Por la tarde, ya no solo ellos se adueñan de la calle, sino también la población común, entre la que destacan fundamentalmente niños y jóvenes. Y es que a esa hora la calle no solo es comercial, sino también un espacio de socialización donde los comerciantes conversan sobre su itinerario y los jóvenes discuten asuntos del colegio y sobre artistas que se han puesto de moda.

En esta calle, existe una cabina de Internet que concita la atención fundamentalmente de los jóvenes. En algunas tiendas también se ofrecen llamadas por celular, y en otras, discos compactos. Por las tardes, estos locales se encuentran abarrotados de gente mirando películas o videos musicales de artistas vernaculares.

Es de notar, sin embargo, que el movimiento comercial en la calle Bolognesi dura apenas unas cuantas horas, aproximadamente de cinco a siete de la mañana y de seis a ocho de la noche. Luego la calle se vuelve silenciosa, solo interrumpida por el ruido de los autos que brindan servicio de transporte entre Asillo y Azángaro.

El caso del distrito de Taraco es relativamente distinto, pues como dijimos, la mayor parte de su población se dedica a la actividad ganadera. Los comerciantes vienen de afuera, como por ejemplo, los acopiadores de queso, que diariamente colman la plaza principal a la espera de sus proveedores. La presencia de estos acopiadores, sumada a las cuatro empresas de transporte público que convirtieron a una de las esquinas de la plaza en paradero, genera

un pequeño movimiento comercial, puesto que alrededor de estas empresas se han instalado puestos de comida, gaseosas, galletas, gelatinas, etc. Sin embargo, también en la esquina mencionada la actividad económica es de corta duración, pues solo se prolonga de seis a nueve de la mañana.

En el distrito de Taraco el movimiento comercial gira en torno a productos locales, como la leche y el queso; el número de tiendas es mínimo; y el comercio casi no influye en la economía local. Según nos dijeron, la cercanía del distrito a Juliaca hace que su población, y particularmente los dueños de las pequeñas tiendas y los pocos comerciantes que tienen sus puestos en la feria local, acudan a esta ciudad a abastecerse de productos. No sucede entonces lo que en el distrito de Asillo, donde muchas de las tiendas comerciales abastecen a los comerciantes de las ferias locales. Podemos resumir entonces que mientras que la actividad comercial en el caso del distrito de Asillo es interna, en el del distrito de Taraco es externa. Sin embargo, ambos distritos se caracterizan por ser muy comerciales.

2.2 LA ACTIVIDAD AGROPECUARIA

Tanto Asillo como Taraco son distritos cuyas economías dependen básicamente de la ganadería. La población que se dedica a esta actividad es mayoritaria y se ubica generalmente en la periferia, en las comunidades y parcialidades.

En el caso de Asillo, es posible identificar hasta dos grupos de productores agropecuarios. En primer lugar, están los que se ubican en la denominada zona de riego o zona norte del distrito; en segundo lugar, aquellos que viven en la parte sur o zona de secano. La primera zona se llama así porque cuenta con un sistema de riego que parte de la laguna de Kotarsaya,²² e irriga una cantidad considerable de tierras, favoreciendo la producción de pastos cultivados, condición básica para el desarrollo de la actividad pecuaria. La segunda se denomina secano ya que la producción agropecuaria es estacional y está condicionada por la temporada de lluvias, la cual se prolonga de noviembre a marzo.

En la zona norte, o zona de riego, la vida es más “alegre” pues en promedio las familias poseen entre ocho y 12 cabezas de ganado vacuno, de las cuales extraen entre 12 y 15 litros de leche diarios que venden a 80 céntimos de nuevo sol el litro. Ello nos permite inferir que el ingreso económico de estas familias bordea aproximadamente los diez soles diarios por animal productor.²³ Adicionalmente, las familias crían también ovinos, llamas y alpacas. A diferencia del ganado vacuno, cuyos derivados se destinan mayormente al mercado, las llamas, alpacas y ovinos se destinan tanto al mercado como al autoconsumo.

22. Este sistema de irrigación dota de agua tan solamente a 14 comunidades, de las 52 que tiene el distrito.

23. Según nos dijeron, la producción de leche varía de acuerdo a la época del año. En todo caso, los datos que señalamos corresponden a la época de secano. En periodo de lluvia, se experimenta un incremento producto de la abundancia de pasto y de agua.

Una mañana fuimos con Alberto a la feria de Progreso. No habíamos desayunado, por lo que ni bien llegamos, me sugirió comer trucha frita en uno de los puestos de comida. Mientras desayunábamos, Alberto me comentó que posee un módulo de seis cabezas de ganado y que dos producen leche, cada uno entre 12 y 15 litros diarios, la cual vende a los acopiadores de su propia comunidad, que son los que al mismo tiempo fabrican queso. Alberto me explicó que existe en las comunidades una especie de división del trabajo con relación a la actividad ganadera: unos se dedican exclusivamente a la producción de leche, mientras que otros exclusivamente a la de quesos. Es decir, los primeros proveen de leche a los segundos y estos proveen de queso a los acopiadores que vienen a la feria. El destino final de los quesos se desconoce; en todo caso, según Alberto podría ser Puno, Juliaca, Cusco, Arequipa o la misma ciudad de Lima. No existe una empresa formal que acopie el queso, sino que este se comercializa básicamente en las ferias. De ahí que se ignore su destino final, así como su forma de comercialización.

En cambio, la vida es “triste” en la zona de secano, es decir, en la zona sur del distrito, cuya producción y la vida misma de la población dependen básicamente de las condiciones del tiempo. Esta zona carece de sistemas de riego y su población responsabiliza de su suerte a las condiciones topográficas, por la carencia de agua, que dificulta la producción de pasto. En tal sentido, vive esperanzada en que el Estado o el municipio le resuelva en el futuro esta necesidad, lo que resulta complicado porque la mayor parte de las tierras se encuentran en zonas altas en relación con las fuentes de agua (ríos, manantiales y lagos), lo que requeriría el uso de electrobombas, que eleva el costo de mantenimiento de cualquier sistema de irrigación. De ahí que su gente aproveche al máximo el periodo de lluvias para producir pasto (avena) y así garantizar el alimento del ganado para el resto del año. En las puertas de las casas o al costado de ellas se aprecian rumas de avena seca que, según nos dijeron, se utiliza dosificadamente para alimentar al ganado. En principio, se aprovecha al máximo el pasto natural y la avena es casi un alimento complementario.²⁴ Adicionalmente, la población se esfuerza por identificar mojadales u ojos de agua, no solo para saciar la sed de los animales sino la propia.

En noviembre ya no hay agua total, ni siquiera en los pozos. Si te levantas temprano aprovechas y tomas siquiera agua limpia, pero si te levantas tarde, sacas ya mezclado con tierra, ¿qué vas a hacer? (Roberto, comunidad de Atacuho, distrito de Asillo)

24. Una práctica usual para complementar el alimento de la población es el *ensilado*. Consiste en acopiar o comprar avena seca, mezclarla con agua, sal y melaza, almacenarla en silos, pozos o en pequeñas cuevas en los cerros, para luego de tajarla herméticamente, esperar algunos meses (básicamente hasta noviembre, que es cuando escasea el alimento para los animales) a que se descomponga absorbiendo los nutrientes de la sal, la melaza y el agua. La población refiere que este alimento semiprocesado es muy bueno para los animales.

Huarahuarani – San Antonio es una comunidad campesina que oficialmente pertenece al distrito de San José. Sin embargo, la excesiva distancia y la ausencia de carretera que la conecte con su capital distrital han hecho que su población se vincule mayormente con el distrito de Asillo. No solo muchos de los niños estudian en Asillo, sino que casi toda su población pertenece en términos electorales a ese distrito.*

No es mucha la distancia que existe entre Huarahuarani y la ciudad capital de Asillo. Las une una trocha (en pésimo estado de conservación), por donde la gente camina, a excepción de unos pocos que se trasladan en moto o en bicicleta. A pie, el camino dura entre hora y hora y media y atraviesa las comunidades de Ñawpa Pampa, Calapampa y San Miguel. Hay que cruzar el río Ramis, y la inexistencia de un puente obliga a la gente a sacarse los zapatos. En tiempo de lluvia se usan botes para cruzarlo, cuyos dueños cobran entre uno y dos soles.

Las casas en Huarahuarani – San Antonio se encuentran dispersas y la producción depende básicamente de las bondades del cielo, pues no existen canales de riego. Dicen que en el 2008 la producción agrícola fue mínima debido a lo irregular de las lluvias, lo que ha repercutido no solo en las familias sino también en la producción pecuaria.

En tal sentido, la depresión económica es más que evidente, pues los animales —que son el principal sustento de la gente— no tienen qué comer, “están flacos”, y en el mejor de los casos solo producen dos litros de leche diarios.

* Es más, el teniente gobernador se encuentra adscrito a la gobernación del distrito de Asillo.

La pobreza es una característica de la población de este sector, que se refleja en sus bienes y activos. La delgadez de los animales influye en su estado de ánimo, lo mismo que la escasa producción de leche, que en el mejor de los casos alcanza los dos litros diarios por animal. La población opta muchas veces por deshacerse de su ganado, aceptando cualquier precio por él.

La población de la zona de secano también rememora el “pasado mejor”, en el que, según nos dijo, las lluvias eran regulares y el agua alcanzaba para todos. En ese entonces, las tierras eran altamente productivas y dependían básicamente del abono natural. Ahora no. Dice la gente que la producción agrícola se ha vuelto altamente dependiente del abono inorgánico, tal como la urea y el fosfato de amonio, así como de los pesticidas y fungicidas.

[...] antes mis padres sembraban con guano de oveja, llama, todo natural, y cuando cosechabas, sacabas cinco, seis kilos de papa de un solo hueco. Ahora siembras, sacas cinco o seis papitas, ya no vale [...]. (Luis, comunidad de Ataucucho, distrito de Asillo)

Además, un problema serio que enfrenta la población de la zona de secano es el de la erosión de los suelos, que impide una adecuada producción agrícola que garantice al menos el alimento de los animales.

La vida de la población de esta parte del distrito fluctúa entre la esperanza en la próxima temporada de lluvias y la desesperación por la crisis de la actividad agropecuaria. Estamos hablando, en el mejor de los casos, de dos litros de leche diarios, lo que representa un ingreso de dos soles por día aproximadamente.

Según muchos pobladores esta situación los ha obligado a buscar otras fuentes de trabajo. No pocos han visto en el comercio una actividad complementaria que les permite incrementar su ingreso familiar. La esposa de uno de nuestros entrevistados, por ejemplo, dijo tener una pequeña tienda de abarrotes en la ciudad de Asillo, mientras que su esposo administra el poco ganado que tienen en su comunidad. Hemos constatado que la “división del trabajo” es una alternativa a la crisis económica.

- ¿Dónde está su esposo?
- No está, se ha ido a Azángaro.
- ¿Y a qué se fue?
- Ha llevado un chanchito de nuestra cría para vender. Es que aquí, como ves, joven, no hay para comer, apenas están los animales de agua. Por eso a veces vendemos cualquier cosita, para poder vivir [...].

(Augusta, comunera de la comunidad de Curani, distrito de Asillo)

Muchas mujeres han incursionado en el comercio y han puesto pequeñas tiendas en las que ofrecen productos de panllevar; otras venden comida los días de feria o “cualquier cosita”, mientras sus esposos se dedican casi exclusivamente al cuidado de los animales.²⁵

Por eso, en las diversas ferias que visitamos, una queja recurrente de los comerciantes era que “el negocio ya no es como antes”. Esta protesta alude a la crisis económica, que ha provocado que los clientes disminuyan, y también al aumento de la competencia, porque muchos pobladores de la zona de secano han incursionado en la actividad comercial.

En Anorabi la situación es peor. Esta comunidad está dividida en dos zonas: Anorabi baja y Anorabi alta. Y si bien las dos forman parte de una misma comunidad, existen diferencias entre ellas. Una de ellas tiene que ver con el agua. Anorabi baja posee al menos algunas fuentes; Anorabi alta, en cambio, carece totalmente de ellas. En esta última zona la gente tiene que caminar uno o dos kilómetros para traer un balde de agua, con el cual solo sacia la sed del ganado. Para su propio consumo, tiene que acudir muy de madrugada a los pozos porque una tardanza implica esperar horas, no solo para que el agua empoce sino también para que se desenturbie.

25. Bourricaud, ob. cit. y Valcárcel 1947 reportan la misma división del trabajo por género.

En Anorabi baja existe una asociación de productores agropecuarios creada con la finalidad de potenciar la ganadería mediante la ayuda mutua entre los socios; sin embargo, hasta la actualidad la asociación solo existe de nombre debido —según dicen— a la falta de asistencia crediticia. Aunque mucha gente se prestó dinero de Agrobanco e Interbanc, muchas personas no pagan, lo que dificulta el acceso al crédito de familias que lo requieren. La ONG Care Perú ayudó a la población de Anorabi alta a instalar letrinas y pozos de agua. Por su parte, Cáritas Perú prestó dinero, pero la gente dice que el monto de la devolución más el interés es alto. Cáritas – Puno asiste con fertilizantes en calidad de préstamo y la población que accede a ellos se beneficia con la asistencia de sus técnicos.

Sin embargo, estas ayudas no son suficientes porque el principal problema es la falta de agua. La pobreza es extrema. Anorabi alta está ubicada en la cima de un cerro; por tanto, llevar agua es carísimo, lo que hace que la producción sea casi imposible. Dicen que la única laguna de donde bebían agua tanto las personas como los animales se secó en abril.*

* Las comunidades como Anorabi alta viven angustiadas esperando que el periodo de lluvias comience, puesto que solo entonces su producción se incrementa, lo que significa un cierto alivio económico para las familias.

Por tanto, la percepción de la gente sobre la actividad agropecuaria es altamente desfavorable. La desesperación y la angustia cunden y propician a la más mínima oportunidad situaciones límite, como el reclamo de que el municipio rote cada tres meses su personal porque “todos necesitamos comer”. En ese sentido, el municipio, al igual que otras instituciones (como la gobernación), es visto muchas veces como una especie de agencia de empleos en la que todos buscan una oportunidad. Por otro lado, la migración, protagonizada principalmente por los jóvenes, hacia zonas de la selva puneña o de Puerto Maldonado evidencia que la producción agropecuaria dista mucho de ser una actividad que garantice el desarrollo personal y familiar.

– ¿Va a haber reunión?

– Sí.

– ¿De qué trata la reunión?

– Sobre salud mental.

– Pero hay poca gente, ¿son todos ustedes los del pueblo?

– No, somos bastantes, sino que la mayor parte de la población se ha ido a distintos lugares. Siempre es así. Es que en este tiempo no hay mucho trabajo, entonces la gente se va a la selva o si no a la mina. Entonces vuelven ya para sembrar cuando hace lluvia. Por eso no hay mucha gente.

(Juan, comunidad de Choquemoroco, distrito de Asillo)

Una idea generalizada es que la producción agropecuaria se destina mayormente al autoconsumo, lo que implicaría que las familias no cuentan

con ingresos económicos suficientes para resolver sus necesidades domésticas. Sin embargo, esta población participa activamente en las ferias locales; en ellas compran fideos, sal, azúcar, verduras y frutas. La pregunta es: ¿de dónde proviene el dinero para adquirir esos productos, si tal como refiere la gente, la actividad que realiza no le reporta ganancias? Una mañana acompañé a uno de los técnicos del área de desarrollo agropecuario de la municipalidad a la comunidad de Curani. El técnico acudía al llamado de una productora cuyo animal necesitaba asistencia médica. Al llegar, alistó su material mientras le indicaba a la mujer que la ayudase a aplicar el medicamento requerido. La mujer se esforzaba, pero la fuerza del animal impedía una adecuada atención. Al ver la situación, le sugerí que su esposo la ayudara. Entonces me dijo que o se encontraba en casa o había ido a la feria de Ayaviri a vender un chanchito. ¿Siempre va?, le pregunté. Sí, me dijo, “aquí no tenemos plata entonces va a vender cualquier cosita siquiera para comprar azúcar, sal”. Comprendí entonces que la población de este sector combina su actividad productiva con el comercio, manteniendo una lógica de subsistencia.

Una sensación distinta se percibe en el distrito de Taraco. Su población no vive, como la del distrito de Asillo, esperanzada en que el Estado o el municipio les lleven agua. Debido a que carece de fuentes de agua, así como a las condiciones topográficas de su territorio, ha asumido la idea de que jamás podrá acceder a este recurso. Por el contrario, se esfuerza en idear estrategias que le permitan subsanar esta necesidad, por ejemplo, aprovechando al máximo la época de lluvias para garantizar la alimentación de los animales el resto del año, o alternando esta alimentación con totora o llacho, dos plantas acuáticas que abundan en el lago Titicaca, que orilla gran parte del territorio de Taraco.

Por el contrario, en el caso de Asillo, las esperanzas de acceder a sistemas de riego existen por cuanto el sector norte —o la denominada *zona de riego*— cuenta con esos sistemas, cuya construcción fue financiada íntegramente por el Estado. En tal sentido, la población de esta zona vive esperanzada en que el Estado también implemente algún día sistemas de riego en ella. Ello explica por qué esta gente no se esfuerza demasiado en idear estrategias que le permitan incrementar su capacidad productiva, muy al margen de lo que pueda hacer el Estado o el municipio.

Dicho esto, resulta innegable que tanto el distrito de Asillo como el de Taraco cuentan con enormes posibilidades de desarrollo basadas en la actividad agropecuaria. Es más, para algunos sectores de la población esas posibilidades ya son incluso una realidad.

Estas posibilidades de desarrollo no solo están alimentadas por las favorables condiciones del territorio, sino también por la existencia de una infraestructura vial que articula a las distintas comunidades entre sí y que las une con las capitales de distrito e incluso con las ciudades de Puno y Juliaca. Sin embargo, lo que más favorece estas posibilidades es, sin lugar a dudas, el mercado. Si de algo no se queja la población es del mercado, pues como nos dijo, la producción agropecuaria todavía no satisface la gran demanda que existe.

En el caso del distrito de Taraco, la producción de leche alcanza los 30 mil litros diarios, que se distribuyen entre la planta acopiadora de la empresa

Gloria y los productores de queso que abundan en la zona. En el distrito de Asillo, en cambio, Gloria no cuenta con una planta acopiadora, y la producción de leche no satisface la demanda de las plantas procesadoras de queso.

En ciertas épocas del año, la producción de leche disminuye considerablemente debido a la falta de agua, pues, como dijimos, la producción de pasto es estacional y depende básicamente de las lluvias. La leche ha llegado a costar un nuevo sol por litro, y si bien resulta imposible (aun para los propios productores) establecer el costo- beneficio de dicha producción, lo que valora la gente es el hecho de que esta actividad le garantiza un ingreso fijo de “aunque sea cinco soles diarios”. Lo valorado por los productores es la reducción del riesgo de ingresos comparada con los resultados de la producción agrícola.

Lo cierto es que el aprovechamiento de la ganadería y sus subproductos ha sido muy desigual. Algunos sectores han logrado incorporar tecnologías nuevas a su producción y alcanzado una relativa perspectiva empresarial, lo que les ha permitido ampliar tanto su capacidad productiva como su capacidad comercial. No obstante, la gran mayoría de productores ha quedado rezagada en lo que respecta a modernizar sus formas de producción, e incluso muchos se resisten a ello. En general, es posible afirmar que las actividades económicas de ambos distritos todavía se inscriben en una perspectiva de subsistencia, con una capacidad productiva y comercial extremadamente limitada.

Todos reconocen que la actividad ganadera brinda unas satisfacciones económicas que la actividad agrícola no da. El cambio de tipo de producción experimentado hace casi dos décadas es visto como un verdadero salto. Pero si algo requieren los sectores productivos de estos dos distritos es dar otro salto, que consiste en seguir mejorando las tecnologías de producción y en adoptar una perspectiva empresarial. Los esfuerzos desplegados tanto por el municipio de Asillo como por el de Taraco son enormes, pues ambos asumieron la idea de que solo mejorarán las condiciones de vida si se implementan políticas que tiendan a desarrollar la actividad ganadera. Así, por ejemplo, en el programa preparado por la Municipalidad Distrital de Taraco con motivo de cumplirse un aniversario más de la creación política del distrito, una nota firmada por el alcalde dice lo siguiente:

[...] anuncié impulsar el desarrollo agropecuario, hoy tenemos al servicio de la actividad agropecuaria tres tractores agrícolas nuevos [...] cinco motocicletas, equipos de inseminación artificial, también lanzamos campañas de inseminación artificial, dosificación y vitaminización de ganado vacuno en las cuatro postas veterinarias como son: Ramis, Jasana Pocsellín, Huancollusco y Taraco [...] Para consolidar una de las más grandes potencialidades como es la ganadería Taraco requiere contar con un campo ferial que resalte nuestro nivel ganadero, sobretodo la calidad genética.

Por su parte, la visión del plan de desarrollo concertado del distrito de Asillo dice que dicho lugar ha de ser:

[...] líder regional en la producción de alta calidad genética de vacunos, ovinos [...], cuenta con camélidos sudamericanos con fibra de alpaca para la exportación y pieles para el mercado nacional; productor de quesos certificados de

calidad y marca; productor de charqui y chalona para el mercado regional y nacional [...].

En tal sentido, las principales políticas implementadas por estas dos municipalidades buscan potenciar la actividad ganadera, para lo cual han creado oficinas de desarrollo agropecuario desde donde subvencionan la actividad pecuaria con técnicos veterinarios que asisten a los productores cuando alguna emergencia o enfermedad pone en peligro la vida del ganado. Estas atenciones médicas incluyen dosificación de vitaminas, atención de partos, desparasitaciones, vacunas, etc., así como un programa de inseminación artificial y cursos de capacitación. Lo que sí se extraña es capacitación empresarial.

Una mañana acompañamos al equipo de la oficina de desarrollo agropecuario de la Municipalidad Distrital de Taraco a un curso de capacitación que dio a los productores de la parcialidad de Jasana Capallino. Lo primero que llamó nuestra atención fue el hecho de que el curso no concitó en general la atención de los productores, pues a duras penas el auditorio fue ocupado por 20 personas, quienes justificaban la ausencia de los demás productores con el argumento de que no tenían tiempo pues estaban ocupados con sus quehaceres cotidianos. Indirectamente nos daban a entender que el curso era una pérdida de tiempo. Aun así, el curso se llevó a cabo y lo segundo que nos llamó la atención fue la distancia que existía entre los técnicos del municipio y los asistentes. Mientras los técnicos intentaban inculcar un manejo sistemático de la producción, los gestos de los asistentes nos daban a entender que poco o nada comprendían. Esto se debía no tanto a la forma como los técnicos exponían los temas, sino más bien a una ausencia de perspectiva empresarial entre los productores. De hecho, en una parte del curso pedimos intervenir y entonces aludimos al modelo de empresario productor propuesto por los disertantes, el cual recaía en la familia Zegarra de la zona de Juliaca, para preguntarles por qué los productores taraqueños no habían logrado aún lo que la familia Zegarra. Nos respondieron entonces que esa familia había tecnificado su producción y que incluso utilizaba programas de computación, tanto para equilibrar la alimentación de los animales como para controlar su salud, mientras que ellos ni siquiera sabían aún “agarrar una máquina de escribir”. En tal sentido, constatamos, por un lado, la ausencia de programas orientados a introducir una perspectiva empresarial, y, por otro, la renuencia de parte de los propios productores a adoptar esa perspectiva.

Más bien, el curso nos sirvió para constatar la informalidad de la producción, evidenciada, por ejemplo, en “la mala costumbre de los productores” —según los disertantes— de automedicar a sus animales, de no separar adecuadamente los espacios donde viven, de desconocer el momento en el que se debe hacer el destete de las crías, de alimentar por alimentar al ganado, etc.

2.3 DE *QATUS*, PLAZAS O FERIAS: LOS ESPACIOS DE COMERCIALIZACIÓN

Una fila de combis se había estacionado a la entrada de la feria. El sol se había puesto encima de nosotros y sus rayos se estrellaban sobre nuestras gorras

y sobre las carpas de plástico de las decenas de puestos instalados en ambos lados del camino. Era la hora punta. Quienes habían venido en la madrugada se aprestaban a regresar a sus “campos”²⁶ con las vacas que habían adquirido en la pampa, lugar donde se realiza la feria de ganado. Los choferes de las combis llevaban a sus pasajeros gritando el nombre del destino: Juliaca, Ayaviri. Constatamos que a la feria de Progreso asisten comerciantes venidos de muy distintos lugares: Puno, Juliaca, Azángaro, e incluso Copacabana, ciudad fronteriza perteneciente al vecino país de Bolivia.

Mientras caminábamos, Alberto, nuestro acompañante, comentó:

[...] hemos venido tarde. A estas horas ya no hay ganado, ya se lo han llevado. El negocio es temprano, a las seis o siete de la mañana ya están cargando el ganado en camiones para llevarlo a Juliaca, Cuzco, Arequipa y hasta Lima. La gente que vende ganado tiene que estar temprano. A las cuatro y media o cinco ya están aquí.

En efecto, los camiones comenzaban a salir repletos de vacunos. Contamos un aproximado de 15, lo que nos permitió constatar el enorme movimiento comercial de la feria. Alberto completó la idea mencionando que después de vender sus animales, la gente compra víveres, ropa y otras cosas, aunque la feria gira en torno a la compra y venta de ganado.

Efectivamente, nos impresionó la cantidad de ganado que se compra y vende. Se trata de animales de la raza Brown Swiss que se utilizan básicamente para producir leche y sus derivados, entre ellos, queso y yogurt. En la feria, algunos animales que superan sus ciclos de vida o de reproducción son vendidos para carne, luego de lo cual se compran otros.

El precio de un animal, según Alberto, puede alcanzar los tres mil soles, dependiendo del tamaño, la capacidad productora, el estado de gestación y la temporada, entre otros factores. La venta de ganado puede ser una actividad febril, pues muchos lo compran para venderlo inmediatamente a un precio mayor. Un buen negociante —comentó Alberto— puede ganar hasta trescientos soles por feria haciendo esto.

En la feria de Taraco la situación es relativamente distinta. En principio, se trata de una de las ferias ganaderas más importantes de la región. Se desarrolla en las afueras de la ciudad, en la margen derecha de la carretera que se dirige a Huanacané, los días jueves. Desde las tres de la mañana, los animales entran al campo ferial. Los ganaderos llegan un día antes y se alojan en los hostales del pueblo. Vienen de distintos y lejanos lugares, como Cusco y Arequipa. La competencia es enorme. Por ello, acudir a la feria de madrugada, linterna en mano, se ha vuelto casi una obligación.

Nadie sabe con exactitud cómo y cuándo surgió la feria, pero casi todos coinciden en señalar que es una de las más importantes de la cuenca del río Ramis, no solo por su tamaño, sino también por la ingente cantidad de dinero que en ella se mueve. Los ganaderos que participan en la feria de Taraco acuden

26. “Campo” es la palabra que usa la población para referirse a su estancia, casa o chacra.

también a las ferias de Chupa, los viernes; Calapuja, los sábados; Juliaca, los domingos; y Cabanillas, en la provincia de Lampa, los martes. Esta rutina les permite asegurar que la de Taraco es de las más importantes, junto con la de Juliaca.

Las veces que asistimos a la feria notamos la gran afluencia de gente buscando ganado de calidad o contando su dinero después de haber vendido sus animales. Una cantidad considerable de camiones (entre 25 y 30) se estaciona en la afueras o dentro del campo ferial y los compradores se afanan en subir a los animales para luego partir a Arequipa, Cusco o Lima, que son los principales mercados. Los que compraron animales se aprestan a retornar a sus campos, no sin antes beber una cerveza o comer una trucha, algo que se ha convertido casi en un ritual que sigue a la compra y venta de ganado.

Si bien tanto en la feria de Taraco como en la de Progreso la compra y venta de ganado es la principal actividad, también se comercializan otros productos. Así, por ejemplo, en uno de nuestros recorridos por la feria de Asillo transitamos en medio de puestos de discos compactos (“piratas”), que se venden a un sol con cincuenta céntimos la unidad. Los discos que más éxito tienen, según los dueños de algunos de estos puestos, son los de Fresia Linda y Lizet Lázaro —la primera es oriunda de la zona y la segunda del departamento de Ancash. También se venden mucho los de artistas cómicos, como El Cholo Juanito y Richard Douglas —un dúo cuzqueño que viene causando sensación entre la población del altiplano. Estas “discotiempos” utilizan televisores y DVD para proyectar las imágenes de los videos que venden, lo cual llama la atención de los feriantes que forman una ronda alrededor de ellas.

Mientras tanto, una fila de mujeres ofrece verduras traídas de Moquegua, Arequipa, de la costa o de la selva puneña. Platos, cucharas y vasos yacen tendidos en el suelo, ofrecidos por mujeres que dicen venir de Juliaca, y los puestos de comida ofrecen succulentos platos de pejerrey o *qispi* frito, acompañado de mote, tallarín y chuño. También existen puestos donde se venden productos procesados a partir de la leche, como yogurt. Algunos alimentos, como el arroz, los fideos o el aceite, son ofrecidos en los propios camiones que se estacionan en la parte posterior de la feria. En el extremo derecho, algunas mujeres sentadas en el suelo venden maíz, haba y diversos tipos de papa; un poco más allá se halla un camal improvisado donde se sacrifican llamas y ovinos, que serán inmediatamente vendidos en los puestos de carne. En diferentes sitios también se ubican los puestos de ropa y de frazadas, así como los de artefactos electrodomésticos. También acuden a la feria algunos zapateros y vendedores de medicamentos fabricados con yerbas naturales. Estos últimos se ubican en cualquier lugar de la feria, generalmente en autos y, valiéndose de megáfonos, publicitan sus productos asegurando que son buenos para el tratamiento y cura de diversas enfermedades, desde osteoporosis hasta hepatitis y cáncer. La feria también es aprovechada por improvisados políticos locales, quienes la usan para denunciar algunas políticas del gobierno. Cuando estuvimos ahí, por ejemplo, se criticaba la derogación de la ley de comunidades campesinas que, según se dice, atenta contra los derechos de los campesinos en tanto abre las puertas para la venta de las tierras de las comunidades campesinas a las grandes empresas privadas y transnacionales.

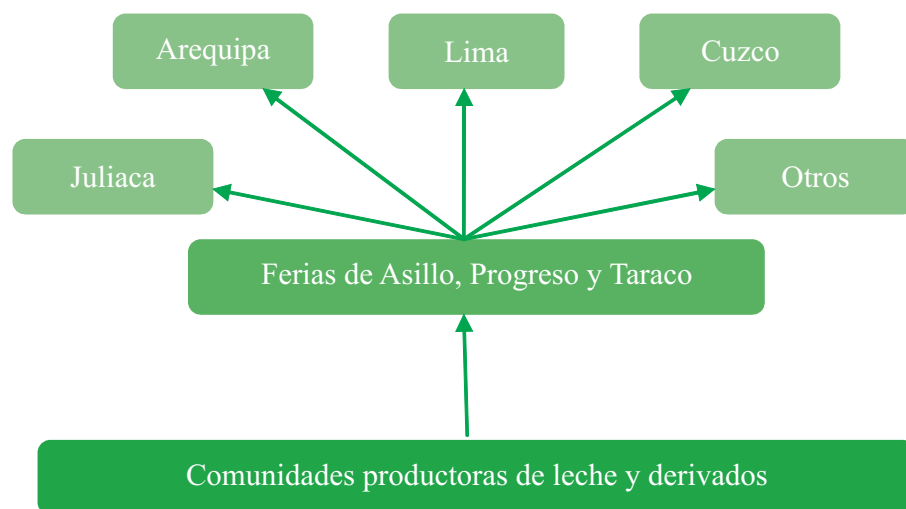
En el caso de Taraco, la feria de productos de primera necesidad —vestidos, artefactos electrodomésticos, entre otros— se realiza alrededor de la plaza principal, mientras que la de ganado se lleva a cabo en un campo ferial en las afueras del pueblo. Los asistentes se movilizan entre ambos espacios, haciendo que el comercio se apodere prácticamente de todo el pueblo. Otro detalle que nos llamó la atención es la masiva afluencia de pobladores de las comunidades ubicadas en las riberas del lago Titicaca,²⁷ quienes pescan y acuden a la feria a vender suchi, carachis, umanto, ispis, trucha y el recientemente introducido pejerrey. Una de las principales calles del pueblo se ha casi especializado en la venta de pescado. Por otro lado, a diferencia de la feria de Asillo, a la de Taraco asiste un pequeño grupo de acopiadores de granos. Estas personas se ubican en las esquinas de la plaza, tienden sus mantas de rafia sobre el piso y sobre ellas colocan costales; poco a poco, conforme los productores se acercan, los van llenando. El grano que más se acopia es la quinua, lo cual nos demuestra que continúa siendo uno de los granos más importantes. Pero lo que más nos llamó la atención es la vigencia del sistema de trueque —o *chala* en la lengua originaria de la población tараqueña—, a través del cual la población accede a diversos productos que no produce y que son básicamente comestibles. Los comerciantes de frutas, verduras, panes, etc., tienden sus productos sobre el suelo, a ellos se acercan los *chaladores*, que son principalmente mujeres, y de sus mantas o bolsas sacan puñados de quinua, para luego amontonarla. Dos o tres puñados son casi la medida para pedir algo a cambio. Los comerciantes, por su parte, calculan la cantidad de grano para ver si corresponde a lo pedido. Entonces les alcanzan tomates, apios, zapallos, zanahorias, panes o cualquier otro producto que el *chalador* requiera.²⁸

Ahora bien, lo que queremos resaltar es cómo los *qatus*, plazas o ferias —que son los términos con los que la población llama a esos espacios de comercialización— se constituyen en los últimos eslabones de la cadena comercial del distrito, en tanto permiten la entrada de productos foráneos, y al mismo tiempo, en los primeros eslabones, puesto que también permiten la salida y comercialización de los productos locales. Podemos decir entonces que la función principal de los *qatus*, plazas o ferias es la de servir de puerta de entrada y de salida de productos foráneos y locales, respectivamente, tal como podemos ver en el gráfico siguiente.

En el caso del distrito de Asillo, son dos los *qatus* más importantes: el de Progreso, los días jueves, y el de Asillo, los domingos. Adicionalmente, se llevan a cabo otros *qatus*, pero fuera del ámbito distrital: nos referimos al de Orurillo, los martes; el de Ayaviri, los miércoles; el de San Antón, los viernes; y los de San José y Accllamayo, los días sábados. En el caso del distrito de Taraco, la feria más importante —tanto de productos de primera necesidad como de ganado— es la que se lleva a cabo los días jueves en su ciudad capital; adicionalmente, y aunque no concitan mucho la atención de la gente, se

27. Se trata de las comunidades de Ramis, Requena, Tuni Requena, Huancollusco y Chacamarca.

28. Bourricaud, ob. cit.



realizan otras ferias: nos referimos a la de Huancané, los domingos, y la del distrito de Samán, los miércoles.

Por lo general, la rutina de los comerciantes gira en torno a los *qatus* antes mencionados. Existen sectores de comerciantes que obvian algunas de estas ferias, como por ejemplo, las de Ayaviri, San José y Acllamayo, en el caso de los comerciantes del distrito de Asillo; o las de Samán o de la misma provincia de Huancané, en el caso de los de la feria de Taraco. De todos estos *qatus*, los de mayor concurrencia son los de Progreso y Taraco, básicamente por la compra y venta de ganado. Ambos se realizan el día jueves, lo que da cuenta de que sus áreas de influencia están claramente diferenciadas.

En estas ferias participan hasta tres tipos de actores económicos: los comerciantes del lugar, los comerciantes foráneos y los clientes. En el caso de las ferias de Asillo y Progreso destacan los comerciantes lugareños que, como dijimos, constituyen la mayoría, mientras que en Taraco sobresalen los que vienen de afuera. Tanto en la feria de Asillo como en las de Progreso o Taraco, los comerciantes foráneos provienen de Juliaca, de Ayaviri, o de la ciudad cusqueña de Sicuani, entre otros lugares. Por otro lado, un sector importante de las ferias está compuesto, sin lugar a dudas, por los compradores, que provienen mayoritariamente de las comunidades campesinas.²⁹ Sin embargo, hay dos aspectos que hay que mencionar. Por un lado, el hecho de que los comerciantes que asisten a la feria de Asillo combinan el comercio con la ganadería, siendo la primera actividad la que más pesa.³⁰ Por otro lado, el hecho de que si bien tanto en la feria de Asillo como en la de Progreso se comercializan sobre

29. Un dato adicional es el hecho de que muchos de los comerciantes venidos de afuera compran también productos de la zona. Una mujer nos dijo que esos comerciantes “no son sonsos” porque vienen a vender sus productos y compran los productos locales (quesos, pellejos, lana, etc.). Es decir, “ganan aquí y ganan allá”.

30. Es que, como dijimos, la actividad ganadera es casi una tradición en el distrito. No solo los comerciantes combinan su actividad con la ganadería, sino incluso muchos profesores y trabajadores del municipio. Muchas personas nos mencionaron que para ellas es parte de su identidad y una manera de identificarse con sus ancestros.

todo productos importados, también se vende y compra productos agrícolas locales, entre los que destacan el chuño y el chaco,³¹ y productos de origen pecuario, entre los que destacan el queso de la variedad “paria”.

Con respecto a los comerciantes asileños, debemos señalar que se encuentran organizados en gremios según el tipo de producto que venden.³² Todos estos gremios, a la vez, se encuentran agrupados en la Asociación Central de Gremios de Comerciantes San Jerónimo de Asillo, fundada el 4 de noviembre de 1998 a iniciativa de los propios comerciantes pero bajo el impulso del ex regidor Germán Condori.

ASOCIACIÓN CENTRAL DE GREMIOS DE COMERCIANTES SAN JERÓNIMO DE ASILLO

| RUBRO | NOMBRE DEL GREMIO | RUBRO | NOMBRE DEL GREMIO |
|-------------------|-----------------------|--------------------|-------------------|
| Calzados | José Maruri | Coca | M. Bastidas |
| Panaderos | Señor de los Milagros | Heladerías | Sin nombre |
| Peluqueros | Sin nombre | Ropa | M. Chankatuma |
| Juguería | Sin nombre | Joyería | Sin nombre |
| Jebes y ojotas | Sin nombre | Velas/detergente | V. de la Estrella |
| Loceros | Sin nombre | Peluq./insecticida | Sin nombre |
| Condimentos | Virgen del Carmen | Agro veterinaria | Silverio Quispe |
| Carniceros | San Jerónimo | Alcoholeros | Sin nombre |
| Proces. de charki | San Jerónimo | Ferretería | J. C. Mariátegui |
| Verduras y frutas | Virgen de Copacabana | Radio técnicos | Sin nombre |
| Abarrote | San Isidro | Fotógrafos | Sin nombre |
| Granos/tubérculos | Sin nombre | Artefac./discos | Sin nombre |
| Vianderas | San Salvador | Triciclistas | El Triunfo |
| Granos | San Isidro | Transportistas | Sin nombre |

31. El chaco es, al igual que el chuño, uno de los productos base de la dieta alimenticia de la población. Se trata de una especie de mineral no metálico (exactamente, la greda), que abunda en el distrito, y que se usa para acompañar la ingesta de papa sancochada, para lo cual se lo disuelve en un poco de agua. Según refiere la población, además de servir como alimento, posee propiedades medicinales y refuerza el sistema inmunológico porque contiene magnesio. Cura diversas enfermedades, entre ellas la úlcera gástrica.
32. La denominación de gremios responde, según nos contaron, al hecho de que muchos de ellos no cuentan todavía con personería jurídica; en todo caso, uno de sus objetivos es formalizar la organización a fin de constituir una asociación de comerciantes que cumpla con los requisitos legales para que sus actividades no solamente se inscriban en el orden jurídico, sino también se legitimen ante la población. De igual manera, esta organización no cuenta todavía con un padrón único de socios, según nos dijeron, porque los procesos de formalización de los gremios se encuentran en proceso. Por lo tanto, se desconoce el número exacto de comerciantes que pertenecen a esta organización; en todo caso, según las distintas estimaciones de los propios comerciantes, la central de gremios agruparía entre 600 y 800 comerciantes.

Según Juan Mamani Díaz, presidente de la Asociación Central de Gremios de Comerciantes San Jerónimo de Asillo, la idea era constituir una organización que sirviera de vínculo entre los comerciantes y las autoridades del distrito, y que al mismo tiempo participase en los procesos políticos de desarrollo local,³³ exigiendo, por ejemplo, una adecuada labor a las instituciones, fundamentalmente a la municipalidad distrital. En ese sentido, uno de sus máximos logros —motivo de orgullo de muchos de sus socios— es haber logrado la revocatoria del alcalde Antolín Huaricacha y de sus regidores, así como la declaratoria de vacancia del alcalde Germán Macedo y de su regidor Sebastián Sauñe Lima, ambos acusados de nepotismo. Sin embargo, una vez logrado este objetivo, pareciera que los motivos de existencia de los gremios de comerciantes se agotaron. En todo caso, solo se dedican ahora a realizar actividades sociales. Por ejemplo, con motivo del aniversario de creación del distrito y de la propia central de gremios de comerciantes.

El sábado 5 de julio se llevó a cabo una reunión entre el alcalde distrital, su equipo técnico y los comerciantes de Asillo. La idea era que el municipio presentase los avances del proyecto de construcción del centro de abastos del distrito que beneficiaría a los comerciantes. Entre otros asuntos, el alcalde sostuvo que el retraso de la obra se debía a las “trabas” impuestas por el gobierno, a través del SNIP, un filtro burocrático que dificultaba la agilización de las obras. El alcalde enfatizó que los gobiernos locales están impedidos de elegir directamente a sus proveedores, y que estos deben ser nombrados directamente, a través de una licitación, por el Ministerio de Economía. Informó, sin embargo, que uno de los motivos por los que se establecieron estos filtros es justamente evitar el favoritismo que podrían ejercer algunos alcaldes en beneficio de amigos y allegados, y fundamentalmente, evitar la corrupción en los procesos de adquisición por parte del Estado.

Pero más allá de esto, lo que nos llamó la atención es el conflicto que existe entre los comerciantes y los ingenieros del municipio. En efecto, parte de la reunión tenía que ver con que el alcalde y su equipo técnico explicarían a los comerciantes los detalles de la obra. Para este efecto, se utilizó un retroproyector con el cual los responsables de la obra explicaban los detalles del futuro centro de abastos. Al menos en la pantalla, pudimos constatar que se trataba de una obra excepcional, pero al mismo tiempo altamente estética, puesto que contrastaba con el paisaje desértico propio de esa época del año. El conflicto se originó por el desconocimiento de los ingenieros sobre un tema elemental: el número de comerciantes que podría salir beneficiado con el futuro centro de abastos. A los comerciantes poco les importaba lo monumental de la obra o la estética. Solo querían saber cuántos comerciantes albergaría el centro de abastos. Según la maqueta, acogería a 204 comerciantes, lo que ocasionó un malestar. El presidente de la central de gremios se levantó y, muy ofuscado, explicó que ellos eran muchos más. Reconoció que ni él mismo sabía cuántos comerciantes pertenecían a su organización, pero sugirió que los ingenieros comenzaran por ahí. Una mujer que chachaba coca dijo: “Yo, sin ser profesional, me doy cuenta de que ese proyecto no va servir. ¿Dónde van a entrar las señoras que venden chaco, sal?”. Otro interrumpió y muy airadamente dijo:

“Los ingenieros nos están engañando, lo primero que se ha debido hacer es un diagnóstico. Deben de saber cuántos somos, ¿dónde está su ética profesional?”. Otro intervino y preguntó al alcalde sobre el monto pagado por el estudio: “Siete mil soles”, respondió este. Entonces, los cuestionamientos aumentaron. “No podemos permitir que un profesional venga y nos atarante”, dijo otra comerciante. Otro vociferó: “Ese ingeniero habrá dicho: los que venden ropa adentro y lo que venden sal afuera, por eso habrá pensado en esa cantidad de comerciantes no más. Eso se llama discriminación”.

La reunión se encrespó, por lo que el ingeniero tuvo que salvar la situación diciendo que el responsable del estudio estaba ausente, pero que las observaciones se tomarían en cuenta para replantear el proyecto, recordando que ello retrasaría el inicio de la obra. “¡No importa, pero queremos una cosa buena, que tenga proyección para muchos años!”, dijo otro que estaba sentado al fondo del auditorio. Mientras, otro asistente que se hallaba cerca del alcalde propuso que la obra fuera ejecutada por etapas, que lo expuesto fuera la primera de ellas, y que más bien se viese la forma de proyectarla para 15 o 20 años.

El alcalde, casi sin argumentos, se vio obligado a ceder, por lo que propuso replantear la obra, con la aprobación del consejo y, consiguientemente, retrasar su ejecución.

En el distrito de Taraco, también existe una organización de comerciantes. Sin embargo, el hecho de que la gran mayoría de sus integrantes provenga de afuera le resta protagonismo en el distrito. Es más, su creación ha sido hasta cierto punto circunstancial, pues surgió a raíz de la propuesta de la municipalidad de trasladar el comercio ferial a las afueras del pueblo, debido a que la plaza principal, lugar que actualmente ocupa, se ha hecho insostenible. La función básica de la central de gremios, por ahora, se reduce a negociar con la Municipalidad Distrital de Taraco las condiciones de dicho traslado, aunque su objetivo principal es el de constituirse en un interlocutor válido ante las distintas autoridades y organizaciones del distrito, es decir, ganar espacio y lograr un protagonismo en el ámbito distrital. Por ahora, la organización de comerciantes del distrito de Taraco muestra todavía cierta debilidad y su presencia es todavía limitada. Por ejemplo, en el desfile de las instituciones con motivo del aniversario del distrito, solo un grupo de comerciantes desfiló, mostrando cierta dispersión y desorganización. De los más de mil comerciantes de un sinnúmero de rubros, solamente desfilaron los de las asociaciones de comerciantes minoristas chiferías, de comerciantes de mercería y pasamanería, de comerciantes de calzados y afines, de venta de ojotas y composturas de calzados, y la asociación de comerciantes mixtos de Taraco.

2.4 “YA NO ES COMO ANTES”: MEDIOS Y DESARROLLO RURAL

La frase “Ya no es como antes” denota lo que siente la población con respecto a los cambios producidos, que afectan su vida misma. Aun así, el común de la

gente evoca un pasado de “oscurantismo” en el cual las condiciones básicas de subsistencia eran verdaderamente ínfimas.

Así, por ejemplo, en la comunidad de San Miguel asistimos a un *wasi-chakuy* o techado de casa. Los hombres habían terminado de armar los palos y carrizos sobre los cuales pondrían el ichu y se encontraban descansando, remojando sus gargantas con aguardiente de alcohol y llevándose puñados de hojas de coca a la boca. En un momento alguien se percató: “No hemos puesto el *warmi warkuna*”, que literalmente significa el “lugar donde se cuelga a la mujer”. Algunos repararon también en ello, mientras que otros se burlaban del dueño de la casa diciendo que no tendría de dónde colgar a su esposa. De pronto, alguien se levantó y cuestionó la idea de poner un *warmi warkuna*, argumentando que si bien antes se acostumbraba hacerlo —y que incluso había escuchado que, efectivamente, muchos hombres colgaban a sus mujeres—, esa era una costumbre de “personas ignorantes” que consideraban que las mujeres eran inferiores a los hombres. Entonces la propuesta fue desechada.

La modernidad ha venido acompañada de nuevos recursos, básicamente de transporte y de tecnologías de la comunicación. Ello ha permitido a la población experimentar cambios sustanciales. En ese sentido, un primer aspecto que resalta es el asfaltado de las carreteras Juliaca – Azángaro – Macusani y Juliaca – Taraco – Huancané, que ha favorecido al incremento de las actividades agropecuaria y comercial. La gente recuerda, particularmente en el caso del distrito de Asillo, que antes de que se asfaltara la carretera hacia ese distrito los viajes a Juliaca demoraban entre cuatro y cinco horas, por una vía escabrosa que impedía la llegada de los productos en buen estado de conservación. En la actualidad, según refiere, el tiempo de viaje ha disminuido a una hora y cuarenta minutos aproximadamente, y si uno quiere viajar, encuentra un auto en la puerta de su casa dispuesto a trasladarlo.

El ir y venir de la población, ya sea de Juliaca a Asillo o de Taraco a Juliaca, es constante. En el distrito de Asillo existen dos empresas que prestan servicio de transporte al público.³⁴ Según el gerente de una de ellas,³⁵ cada una cuenta con un total de 22 autos asociados, de los cuales prestan servicio regularmente entre diez y 12 autos. Cada auto realiza en promedio tres vueltas por día, lo que nos permite inferir que un aproximado de 790 personas viaja diariamente de Asillo a Azángaro y viceversa. Por otro lado, en el distrito de Taraco operan cuatro empresas de combis, cada una con diez unidades, haciendo un total de 40 combis. Estas empresas trabajan 20 horas al día y cada combi realiza, en promedio, dos vueltas diarias. Es decir, un aproximado de

34. Se trata de las empresas San Jerónimo y Asillo Tierra Querida.

35. Se trata del profesor Eloy Ramos Sucapuca, fundador y gerente general de la empresa Asillo Tierra Querida. Ramos Sucapuca recordó que hacia mediados de los años ochenta existían dos únicos buses que prestaban servicio de transporte entre la ciudad de Juliaca y la de Asillo, así como entre la ciudad de Asillo y las comunidades o distritos de su entorno. Uno de ellos era propiedad de su padre Benito Ramos Ventura, mientras que el otro le pertenecía a Juan Anco. Hacia inicios de la década del noventa, este último crea la empresa de transportes San Jerónimo, y en el año 2006, el profesor Eloy Ramos funda la empresa Asillo Tierra Querida junto con el profesor Edwin Sucari.

1,280 personas se moviliza diariamente entre el distrito de Taraco y la ciudad de Juliaca.³⁶

Sin embargo, un sector importante de los comerciantes, particularmente en el distrito de Asillo, considera que el asfaltado de la carretera ha repercutido negativamente en la actividad comercial. Por un lado, el trazo de la nueva carretera a Juliaca no ha seguido el de la antigua, que atraviesa Tirapata, Choquehuanca y Pucara. Por otro lado, este tramo sin asfaltar es relativamente más corto que la carretera, que pasa por la ciudad capital de Azángaro.³⁷ Pero lo que más objeta la población es el hecho de que la actual carretera Interoceánica no atraviese la ciudad de Asillo, sino solo pase cerca de ella, lo que ha hecho que Asillo quede aislado con respecto al circuito comercial Juliaca – Azángaro – Progreso – San Antón – Macusani – San Gabán.

Antes había bastante movimiento comercial, cuando la carretera pasaba por aquí. Los carros se paraban y la gente vendía siquiera frutitas a los pasajeros. Pero ahora está así todo triste, ya no hay movimiento. Esa fecha cuando pasaba la carretera por aquí había un restaurante en la entrada, pero desde que asfaltaron la pista ese restaurante fracasó. (Hilda, comerciante de Asillo)

Otro motor de cambio en ambos distritos ha sido la llegada de la electricidad, que ocurrió hacia mediados de la década del noventa.³⁸ Hasta entonces, la población de Asillo obtenía luz a través de un motor cuya pequeña capacidad y alto costo de mantenimiento impedían que accediese a ese servicio las 24 horas del día. Tan solo tenían luz dos o tres horas diarias. La interconexión de Asillo y los demás distritos de Azángaro, así como de Taraco y los distritos de la provincia de Huancané, a la red eléctrica nacional, resultado de la puesta en operación de la central hidroeléctrica de San Gabán, ha cambiado sustancialmente la vida de la población, que ahora puede desde utilizar “una licuadora para prepararse un jugo” hasta hacer las tareas escolares en horas de la noche. Sin embargo, en Asillo el servicio de luz solo se circunscribe a la capital distrital; la gran mayoría de las comunidades campesinas y parcialidades todavía “vive en tinieblas”, aunque se encuentra en marcha un proyecto de electrificación rural que, según dicen, dotará de luz a 40 comunidades del distrito.³⁹

-
36. Adicionalmente, existen combis que van y vienen llevando pasajeros de Juliaca a Asillo y viceversa. De igual manera, la población utiliza los buses que ofrecen servicio de transporte hacia la zona de Macusani, San Gabán y Madre de Dios. Lo mismo sucede en el caso del distrito de Taraco, pues aparte de las empresa de combis que señalamos, la población usa las combis que van a Huancané o los buses que van a la mina de La Rinconada. En ese sentido, los datos que señalamos no toman en cuenta estos medios adicionales a través de los cuales la población se moviliza.
37. Empero, según información del alcalde se habría conseguido financiamiento para el asfaltado de esta ruta.
38. En el distrito de Taraco la electricidad dotó de luz al conjunto de las comunidades y / o parcialidades.
39. Por ahora, la electricidad solo llega a 11 comunidades, de las 51 que pertenecen al distrito.

En Huarahuarani, las casas cuentan con letrinas gracias a la ayuda de la ONG Adra / Ofasa, pero no con servicio de agua a domicilio, por lo que la población toma agua, al igual que los animales, de los puquiales o pozos, valiéndose de bombas manuales. Desde el año 2007, muchas de las familias de esta comunidad reciben un estipendio económico de 100 soles de parte del Estado, a través del Programa Juntos, que paralelamente ha impulsado la instalación de cocinas mejoradas en las casas de las familias beneficiarias, así como ha incentivado su capacidad productiva. Si bien las familias dependen básicamente de la ganadería, muchas manifestaron que la ayuda que reciben del Programa Juntos les permite tener cierta seguridad con respecto a sus gastos. Otra de las necesidades insatisfechas de la población es la electricidad, lo que le impide tener artefactos eléctricos o ver la televisión para mantenerse comunicada con el mundo externo. Si bien muchas familias cuentan con este último artefacto y lo usan con baterías de carro, el poco tiempo de duración de estas impide la continuidad en el uso de los televisores. En el mejor de los casos, las baterías duran una semana, al término de la cual la población las recarga en Asillo. Ante esta dificultad, muchos pobladores optan por no tener televisor. Finalmente, es la radio el medio que más usa la población para mantenerse comunicada y enterada de las noticias. Así, es común encontrar aparatos de radio colgados en las paredes de las casas o ver a los pastores con su radio colgada del cuello.

Las conexiones domiciliarias de agua se restringen a las capitales de distrito de Taraco y Asillo. La gran mayoría de las comunidades carece de este servicio y, en el mejor de los casos, se abastece de pozos artesianos. Desde que se implementó el servicio de agua en la capital del distrito de Asillo, las familias beneficiarias suman aproximadamente 800. No se puede decir lo mismo del desagüe, que solo beneficia a poco más del 50 por ciento de la población. Ambos servicios son administrados por la Junta de Administración del Sistema de Saneamiento (JASS), y cada familia usuaria paga la suma de dos nuevos soles mensuales, la cual se destina fundamentalmente a mantenerlos. Un aspecto que preocupa a la población es que la falta de un adecuado sistema de tratamiento de aguas servidas, así como de un presupuesto que permita construir una planta de tratamiento, han obligado a que los residuos de la ciudad se arrojen a laguna de Waykuyo, haciéndola no apta para el consumo humano. Según el actual alcalde, existe la posibilidad de que el programa Agua para Todos del Ministerio de Vivienda financie un proyecto para subsanar este problema. En el caso del distrito de Taraco, si bien casi la totalidad de la población de la capital del distrito cuenta con servicio de agua domiciliaria, el problema de estiaje hace que este servicio se restrinja a media hora al día, aunque actualmente se está construyendo un tanque adicional cuya mayor capacidad permitirá incrementar las horas de servicio. Taraco maneja menor el desagüe, pues sus aguas residuales son tratadas en pozas de oxidación.

La combi esperaba llenarse de pasajeros en la esquina de la plaza. Yo había separado mi asiento y me aprestaba a sentarme en una de las bancas del parque para leer un periódico que me había prestado el chofer. En ese momento, hizo su aparición Alberto, un joven a quien había conocido tres días antes en el restaurante del pueblo. Al igual que yo, Alberto se aprestaba a visitar la feria de Progreso.

Una vez emprendido el viaje, le comenté acerca de la belleza del paisaje, de cómo la pampa amarillenta propia de los meses de junio y julio contrastaba con el cielo límpido de la puna y de los patos que nadaban en la laguna que bordea la carretera. “Se llama Waykuyo”, me dijo refiriéndose a la laguna. Sin embargo, su semblante cambió repentinamente: “pero este lago ya no sirve, se ha contaminado porque el desagüe se bota aquí”. Atiné entonces a mostrar también mi desazón. Me apenaba constatar que desde el año 2000 la laguna Waykuyo se estaba muriendo, pues desde ese entonces el desagüe del pueblo se arroja allí.

Mientras tanto, la combi había dejado atrás la laguna y aparecía ante mis ojos una inmensa pampa amarillenta con chozas desperdigadas a lo largo del asfalto. A simple vista, pude constatar que la zona carece de agua, puesto que no existe un solo pedazo de pampa verde que le dé color a la zona; más bien, el ichu se enseñoera en la pampa jugando con el viento frío de la puna. Le pregunté entonces a Alberto: “¿De dónde saca agua la gente?”. Me dijo que de unos pozos, los cuales pude ver cada cierto tramo a lo largo de la carretera. Me explicó que se trata de pozos que tienen entre diez y 15 metros de altura y en los cuales se reúnen las aguas subterráneas, que son bombeadas manualmente. Dijo que es casi la única manera a través de la cual la gente del altiplano se abastece de agua. Más adelante, la pampa cambiaba de color, algunas chacras de pasto verde contrastaban con la pampa casi desértica que habíamos dejado atrás. “Es que esta zona ya tiene agua”, comentó Alberto. En efecto, ya nos encontrábamos cerca de Progreso y un canal de regular anchura conducía una considerable cantidad de agua hacia las pampas del lado sur. “Por eso esta zona es la que gana en ganado, vas a ver en la feria...”, me dijo.

Casi lo mismo sucede con los medios de comunicación, pues ambos distritos se han visto beneficiados con los programas de ampliación de cobertura tanto de Internet como de telefonía fija y móvil.

En un primer momento, se instalaron cabinas públicas de la empresa Telefónica: en Asillo se colocaron tres teléfonos monederos, mientras que en Taraco solo uno. Esto sucedió a mediados de los años noventa. La recepción de llamadas costaba 50 céntimos; el costo de las llamadas realizadas corría a cuenta de los usuarios. El teléfono se usaba con fines casi estrictamente familiares y muy poco con fines comerciales.

Los días domingos era peor. La gente venía a la feria y llamaba, entonces lleno paraba, no podías conversar. Tenías que hacer cola y esperar horas. La señora rayaba. Ahora no, para vacío. La gente llama más por celular. (Poblador de Asillo)

Posteriormente, hacia el 2002, la empresa de teléfonos Gilat instaló un teléfono tarjetero en uno de los restaurantes de Asillo. A diferencia de lo que había ocurrido antes, este teléfono no concitó mucho la atención de la gente, fundamentalmente porque la calidad de servicio no era buena y, además, porque ya existía el teléfono monedero, que al parecer era mucho más accesible para la población.⁴⁰

En lo que respecta a Internet, desde hace dos años aproximadamente se instalaron, tanto en Taraco como en Asillo, cabinas públicas que brindan ese servicio. La proliferación de este negocio en la ciudad de Juliaca contagió a varios asileños y tараqueños, pero con el tiempo el negocio se saturó y la competencia hizo que varios de estos locales fracasaran o se trasladaran a otro lugar.⁴¹ En el distrito de Asillo, solo uno de ellos sobrevivió. Se trata de la cabina de Nelson, un joven asileño muy interesado en la comunicación virtual y en los sistemas de telefonía móvil. Antes de inaugurar su cabina de Internet, Nelson puso una sala de juegos con televisor y Nintendo, la cual funciona hasta la actualidad. Según nos contó, desde el inicio este negocio concitó la atención de la población joven e infantil, que pasa las horas jugando PlayStation, el juego favorito de los clientes. Luego, Nelson amplió su negocio con una cabina de Internet, con seis computadoras y un sistema satelital administrado por la empresa Gilat. Nos contó que este sistema es costoso, pues paga en promedio 200 dólares mensuales por él. Por su parte, los usuarios pagan un sol cincuenta la hora y, según nos dijo, el número de usuarios sobrepasa los cincuenta por día. Observamos que son mayormente los jóvenes y los niños quienes hacen uso de Internet;⁴² a veces también los profesores y, solo en muy contados casos, la población adulta. Las motivaciones son distintas, pero entre ellas destaca, en primer lugar, el *chat*, en segundo lugar, la búsqueda de información (principalmente para resolver tareas) y en tercer lugar, el ocio.

Sin embargo, la telefonía móvil ha superado largamente los sistemas de comunicación mencionados. Según la propia población, “todos tienen celular”, al punto que los teléfonos públicos, monederos o tarjeteros, permanecen vacíos la mayor parte del día.⁴³ Las expectativas de la población por comunicarse se centran en el celular, sea recurriendo a los *chalequeros*⁴⁴ o usando su

-
40. Mientras que en la cabina de Telefónica se requiere de una moneda de 50 céntimos o de un nuevo sol para realizar una llamada, en el teléfono de la empresa Gilat se necesitan tarjetas que cuestan tres nuevos soles. La Defensoría del Pueblo (2006) ya hizo notar la preferencia del público por los teléfonos monederos.
 41. El actual propietario de la única cabina de Internet que sobrevivió a la competencia dice que el resto migró, fundamentalmente, a lugares donde no había Internet, entre ellos San Antón.
 42. Durante las vacaciones escolares de medio año, la cabina de Internet permanecía la mayor parte del día cerrada, según su propietario, debido a que los escolares se encontraban de vacaciones. Este dato nos demuestra que son los escolares los que más usan este medio de información y comunicación.
 43. La propia administradora del teléfono tarjetero de Gilat, en el distrito de Asillo, nos contó que el negocio no prospera debido al uso masivo del celular. Ella misma usa más su celular.
 44. Los *chalequeros* son personas que brindan el servicio de alquiler de teléfonos móviles, ofreciendo llamadas por minuto. Se ubican normalmente en las plazas o en esquinas concurridas y visten chalecos, de donde viene el apelativo. En comparación con los teléfonos públicos y con las tarifas prepago, las tarifas de los *chalequeros* son más bajas. Sin embargo, en este caso no se trata de *chalequeros* en el sentido estricto de la

propio aparato. Así, podemos decir que el celular se ha vuelto imprescindible para la población.

Tanto en el distrito de Taraco como en el de Asillo la cobertura de la telefonía móvil data de hace poco más de un año y medio, liderada por la empresa Telefónica. En el caso de Taraco, en un primer momento la señal provenía de la antena instalada en la ciudad de Huancané. Sin embargo, la distancia entre estas dos ciudades hacía que el servicio no fuera bueno, por lo que se instaló una antena en la cima del cerro Chukaripa (en el distrito de Samán) y desde entonces el servicio ha mejorado considerablemente. En el caso de Asillo, la antena se colocó en la cima del cerro Calvario. Hay ahora una proliferación de negocios de venta de tarjetas físicas o recargas virtuales, que brindan el servicio de llamada por celular y ofrecen incluso los propios aparatos.

En una de nuestras visitas a la feria de Progreso pudimos constatar la importancia de los puestos de recarga virtual y venta de aparatos celulares. Estos puestos, ataviados de gigantografías con el logo de Movistar, se ubican en distintos lugares de la feria para llamar la atención de los feriantes, quienes se acercan con el fin de solicitar una recarga virtual o un “chequeo” de sus aparatos. Hemos podido notar que son las tarjetas o recargas virtuales de diez soles las que mayor demanda tienen.

Roy asegura que una de sus virtudes es estar a la vanguardia de la ciencia y la tecnología o ser el primero con relación a sus paisanos. “Fui uno de los primeros en tener auto nuevo y en poner una empresa; nunca me gustó comprar cosas viejas, sino nuevas, y todavía lo que está a la moda”, refiere. Nos dice que fue el primero en poner el servicio de llamadas por celular en su tienda, inmediatamente después de instalarse la antena Movistar en el distrito.

Recuerda que el sistema de su celular es pospago, por lo que paga 100 dólares mensuales. Este sistema le permite hacer uso “oficialmente” de 500 minutos, aunque el tiempo real otorgado por la empresa es de 1,500. Según Roy, cada tres minutos de llamada equivale a un minuto de llamada para la empresa, lo que significa que el resto de minutos, es decir mil, constituye una especie de oferta adicional para todo aquel que opta por ese tipo de servicio. Según Roy estos mil minutos restantes los utiliza para hacer negocio, es decir, para ofrecer el servicio de llamadas por celular a un costo de 50 céntimos por llamada a un celular Movistar y de un sol cuando la llamada se hace a un Claro o a un Movistar y Claro fuera del departamento.

Recuerda que, cuando era el único que ofrecía el servicio, el negocio le salía redondo. En el mejor momento, le reportó una ganancia de 800 soles al mes, lo que le permitió adquirir otro equipo con el mismo sistema, el cual puso en servicio, ya no en su tienda de Asillo, sino en una de las esquinas de la ciudad de Azángaro, dándose el lujo de contratar a una persona para ello.

palabra, sino más bien de tiendas o locutorios que prestan servicio de llamadas por celular, generalmente entre otros servicios. Para publicitarlo, los locales comerciales cuelgan en una silla o en la puerta el chaleco verde fosforescente.

Sin embargo, la competencia en las tiendas de la calle Bolognesi ha hecho que el negocio baje considerablemente. Si antes registraba entre 30 y 40 llamadas, ahora en el mejor de los casos registra diez. Su recaudación apenas alcanza cinco o seis soles por día. En ese sentido, el servicio de llamadas por celular que brinda Roy ya no constituye su principal línea de negocio, sino una más de las que ofrece en su tienda. Es más, admite que ahora los minutos que le sobran los usa en asuntos personales. Refiere que su celular le es de mucha utilidad, puesto que el cargo de gerente que ocupa en la empresa de autos le obliga a mantenerse comunicado con sus socios.

En efecto, la noche que conversamos con él, muchos de los dueños de los carros que conforman su empresa lo visitaron, transmitiéndole quejas y pedidos. Roy respondía con su celular, que también usaba para atender asuntos relacionados con su actividad como docente.

En la ciudad de Asillo existen ahora aproximadamente diez tiendas donde se ofrece el servicio de llamada por celular, venta de tarjetas físicas y recargas virtuales. Cinco de ellas son además tiendas de abarrotes; otra es uno de los restaurantes del pueblo; y las otras cuatro sí brindan exclusivamente los servicios relacionados con el celular.

| RECARGA EN SOLES | Nº DE RECARGAS EFECTUADAS | TOTAL EN SOLES |
|------------------|---------------------------|----------------|
| 3 soles | 59 | 177 |
| 5 soles | 35 | 175 |
| 10 soles | 51 | 510 |
| 15 soles | 14 | 210 |
| 20 soles | 4 | 80 |
| TOTAL | 163 | 1,152 |

Del cuadro se desprende que las recargas virtuales que más demanda tienen son las de diez y 15 soles.

Por otro lado, hemos aprovechado la amistad de Nelson para revisar el programa computarizado de registro de llamadas de su locutorio, a fin de averiguar el número de llamadas que efectúa la población por mes, así como los minutos que usa y el monto que invierte. Cabe indicar que el locutorio de Nelson atiende solamente entre las cinco y las nueve de la noche de lunes a sábado, y el domingo, todo el día, debido a que ese día se lleva a cabo la feria dominical. Así, en el mes de julio el sistema registró un total de 424 llamadas, cuyo costo asciende a 379.4 nuevos soles, lo que significa que cada llamada costó en promedio 90 céntimos, lo cual en tiempo significa un uso de 1.30 minutos

por llamada, considerando que el costo de la llamada es de 50 céntimos por minuto.⁴⁵

Más allá de las cifras, lo que nos interesa resaltar es la enorme importancia que la población le da a la telefonía móvil. Podemos ver en el cuadro que el número de recargas virtuales realizadas por semana es de 163, lo que suma 1,152 nuevos soles. Si este monto lo multiplicamos por cuatro, para cubrir el mes, podemos inferir que los clientes gastan 4,608 nuevos soles mensuales solo en una tienda. Sin embargo, las cifras dan cuenta también de que el medio más usado por la población para comunicarse son los locutorios o el alquiler de celulares, lo cual coincide con nuestras observaciones. Es decir, si bien la gente cuenta con un celular, no lo usa para realizar llamadas, sino mayormente para recibirlas; consiguientemente, invierte más en los locutorios o en los servicios de llamada por celular que se ofrecen en las tiendas del pueblo.

- Mucha gente no recarga su celular porque cuesta; más llama en la tienda.
- ¿Por qué no recargan?
- Porque diez soles ya duele, en cambio gastar cincuenta céntimos o un sol, no sienten.
- ¿Tú tienes celular?
- No.
- ¿Por qué?
- Porque cuesta recargar. Además, es tentador, cuando recargas aunque sea por gusto llamas y ahí se va la plata. Por eso no uso. Más llamo de la tienda.

Recientemente, la empresa Telefónica ha ofertado teléfonos fijos satelitales a costos aparentemente asequibles para la población.⁴⁶ Sin embargo, al parecer no ha tenido mucho éxito, entre otros motivos, porque a diferencia del móvil, el teléfono fijo permite una comunicación impersonal. Además, el uso del teléfono fijo implica que la persona con quien se habla utilice también un teléfono fijo por una cuestión de costos, cuando la mayoría de la población cuenta con teléfonos móviles.⁴⁷ Por otro lado, adquirir un teléfono fijo implica el compromiso de parte del usuario de pagar una tarifa fija mensual, mientras que el teléfono celular de sistema prepago, que es el sistema que más usa la población, permite el autocontrol de los usuarios. Es más, según refiere la propia gente, el uso del teléfono fijo es incontrolable, tal como nos contó uno de nuestros informantes:

Yo tengo teléfono fijo, de los inalámbricos, pero no lo uso. Lo hice suspender porque mi sobrino era el que más llamaba, mientras yo no estaba en mi casa,

45. Según el testimonio de Roy, este tipo de negocio ya no es tan rentable como antes.

46. El costo del aparato es de 50 soles y el pago mensual es de 30 soles, lo que le da derecho al usuario a llamar 30 minutos al mes.

47. La llamada de un fijo a un móvil costaba unas veinte veces más por minuto.

como yo paro en las ferias. Entonces no puedo pagar por gusto, por eso lo hice suspender. Uso más mi celular. (Comerciante de Asillo)

Si bien el uso del celular se ha masificado considerablemente, no ha reemplazado aún a los medios tradicionales de comunicación a través de los cuales la población se informa e incluso se comunica. El principal medio de comunicación e información —que supera largamente al celular y al televisor— sigue siendo la radio, que acompaña cotidianamente a los pobladores.⁴⁸

48. La Municipalidad de Asillo cuenta, por ejemplo, con la emisora radial San Jerónimo, desde donde difunde sus actividades y noticias. La población la usa también para comunicarse, aunque sobre temas básicamente colectivos, como las reuniones comunales, las visitas de autoridades, las atenciones médicas, las actividades de las ONG, etc.

La telefonía móvil en el ámbito rural

3.1 “**TODOS TIENEN CELULAR**”: LOS PROCESOS DE UNIVERSALIZACIÓN DE LA TELEFONÍA MÓVIL

Uno de los medios de transporte masivos de la ciudad de Juliaca es el triciclo. La mañana que llegamos abordamos uno de ellos, indicándole al conductor que nos llevase al paradero de donde salen los carros a la ciudad del Cuzco. Antes, averiguamos que de ese lugar salieran también las combis que van a la provincia de Azángaro, pues nuestro destino no era Cuzco, sino Asillo, uno de los distritos pertenecientes a esa provincia. El triciclo nos llevó por una calle caótica, abarrotada de gente, de comerciantes, de carros y triciclos que circulan casi raspándose entre sí. La bulla de la ciudad nos impedía entablar una conversación con el conductor, quien con los pantalones remangados y el ceño fruncido, empujaba los pedales del triciclo para hacerlo avanzar. De pronto, sonó su celular y sin estacionar el triciclo lo sacó de su bolsillo y contestó. No entendimos bien su conversación debido a la bulla, pero de lo que sí nos dimos cuenta era de los gritos que profería en su intento de hacerse escuchar. Después de unos minutos de conversación apagó el aparato, regresándolo a su bolsillo, mientras empujaba con más fuerza los pedales del triciclo.

Desde unas cuadras antes nos señaló con el dedo el lugar de donde salen los carros al Cuzco. Una fila de buses, pequeños y grandes, se disputaban a los pasajeros. Entonces, le dijimos al triciclista que nuestro destino no era Cuzco, sino el distrito de Asillo. Su respuesta fue que a ese lugar no iban buses sino combis, y que una vez llegados a Azángaro, abordáramos uno de los autos que brindan servicio hacia esa ciudad.

Mientras conversábamos apareció una combi, cuyo conductor gritaba desde su asiento: “¡Asillo! ¡Asillo!”. Si bien parecía repleta, sobraban algunos asientos en la parte posterior. Nos bajamos apresurados y el triciclista colocó las maletas en la parrilla de la combi. Ya a bordo, el vehículo arrancó, discurrendo por una pista relativamente desgastada. Sin embargo, el paisaje, la pampa amarillenta y el tren que se desplazaba hacia el Cuzco hacían que nos olvidáramos de ella.

Después de una media hora de viaje, le preguntamos a uno de los pasajeros sobre la distancia que separa la ciudad de Juliaca de la de Azángaro; nos dijo que una hora y cuarenta y cinco minutos. Llevaba un fólter con algunos papeles. Le preguntamos acerca del motivo de su viaje. Nos dijo que laboraba como docente en una de las escuelas de esa provincia. En ese momento,

sonó su celular y se apresuró en contestar. Según pudimos escuchar, su interlocutor le daba órdenes sobre unos trámites que debía hacer en el Banco de la Nación. La bulla del motor, así como la radio, le impedían entablar una conversación fluida, por lo que sugirió a su interlocutor que lo volviese a llamar en una hora, que era el tiempo aproximado que faltaba para llegar a la ciudad de Azángaro.

Con los minutos transcurridos, aparecían ante nuestros ojos poblados de casas con techos de calamina y paredes en rojo y blanco. En un primer momento, supusimos que se trataba de una forma a través de la cual la gente manifestaba su sentimiento patriótico. Sin embargo, con el transcurrir del viaje constatamos que no era así, sino que las familias que habitaban esas casas pintaban sus paredes con esos colores debido a que eran beneficiarias del Programa Juntos.⁴⁹ El logo de este programa lucía en grandes letras en las esquinas de las casas o en las puertas.

Una ciudad apareció a la distancia: nos dijeron que era Azángaro. Para entonces, la combi estaba casi vacía. Ya en la ciudad, transitó por las calles estrechas del pueblo hasta llegar a la plaza principal. El municipio, con su moderna construcción, más la catedral consagrada a la Virgen de la Asunción, aparecían imponentes.

Mientras intentábamos ubicar el lugar de donde abordaríamos el auto que nos llevaría a Asillo, transitamos por la calle Puno, la única calle peatonal que existe en el centro de la ciudad. Es la calle más comercial, donde ambulantes con sus puestos de ropa, de artículos de tocador y artefactos electrodomésticos se quitaban los clientes que a esa hora abarrotaban la calle. Los restaurantes ofrecían desde caldo de cordero hasta ceviche, y una cantidad considerable de cabinas de Internet ofrecían chat y juegos en red con sus puertas abiertas de par en par. Los afiches con el logo de Movistar colgaban de los dinteles de las tiendas. En las puertas, algunos letreros consignaban los servicios que se ofrecían: “recargas virtuales” y “tarjetas recargables”, así como “servicios de llamadas”. En la esquina de la plaza, una cantidad considerable de jóvenes ataviados con chalecos verde fosforescente alquilaban celulares a 50 céntimos el minuto de llamada. En sus espaldas, figuraban los logos de Claro y Movistar. La escena graficaba una intensa actividad comercial, pero también la enorme disposición de la población a hacer uso de estos nuevos y distintos recursos comunicativos, tales como Internet, los locutorios públicos, las cabinas públicas y el alquiler de celulares.

De manera similar, el día que llegamos al distrito de Taraco era día de feria. El entorno de la plaza se encontraba abarrotado de comerciantes, quienes vendían desde verduras e “ispe” frito, hasta artefactos electrodomésticos. Alrededor de la plaza contamos hasta cuatro tiendas que ofrecían servicio de llamadas, venta de celulares, recargas virtuales y tarjetas físicas, entre otros productos. También en ellas los colores verde fosforescente eran los más llamativos y característicos. Los logos de Movistar colgaban del cielo raso de

49. Programa nacional de transferencias condicionadas como apoyo directo a los más pobres.

las tiendas, llamando la atención de los transeúntes y en sus puertas enormes letreros indicaban los servicios que ofrecían. En su interior, se expendían diversos tipos de celulares y, en el centro de la plaza, chicas y chicos con sus chalecos verdes y celulares en mano ofrecían también alquiler de llamadas.

Constatamos que la gente no solamente viene a la feria a vender sus productos y comprar aquello que no produce, sino también a efectuar llamadas, para lo cual se acercan a estas tiendas a solicitar recargas virtuales, a comprar tarjetas o simplemente a alquilar llamadas. Los dueños de estas tiendas nos dijeron que la mayor demanda la tienen los jueves, cuando se realiza la feria. Jóvenes, ancianos y niños se acercan, remangándose la manga de sus casacas o chompas, mostrando sus brazos en donde tienen escritos los números de los celulares con los cuales desean comunicarse o alcanzando sus propios celulares, para que los que alquilan llamadas ubiquen en la agenda los nombres y los números con los cuales se comunicarán. Nos quedó claro que si bien muchos cuentan con celular, no lo usan para efectuar llamadas.

Lo que queremos resaltar es la enorme disposición de la población a hacer uso de este tipo de servicios. El interés de las personas en comunicarse es enorme y el celular les permite satisfacerlo.

Los días que pasamos en el campo constatamos cómo el uso del celular se ha masificado. Lo usa desde la vendedora de pescado frito que cuelga el aparato en las rejas del parque de Taraco, hasta los choferes de las combis que se dirigen a Azángaro o Juliaca, pasando por los productores de queso y por los propios funcionarios de los municipios distritales. “Todos tienen celular” es la respuesta que escuchamos cuando preguntamos acerca de las formas a través de las cuales se informan y se comunican. El celular ha dejado de ser un instrumento que marca una distancia socioeconómica entre las personas, así como ha dejado de ser un símbolo de prestigio, de reconocimiento y de estatus; tampoco es un indicador de la edad, en tanto su acceso no diferencia grupos etarios, ni del nivel de instrucción. Por último, aunque todavía el acceso de las mujeres a este servicio es limitado, ya hay un buen número que lo usa, aunque sea de segunda mano o compartiéndolo con otros miembros de la familia.⁵⁰ En resumen, el celular se ha convertido en uno de los componentes imprescindibles en la vida de la población.

Nuestro interés por conocer el número de abonados de la telefonía móvil en la zona nos hizo conversar con varios de los propietarios de las tiendas que expenden terminales. Aun para ellos, era imposible establecer el número de celulares que vendían debido, entre otras cosas, al desorden con el que llevan su negocio. Pero lo cierto es que son varios los lugares donde se pueden comprar terminales: en las distintas ferias que se realizan en ambos distritos, en la misma Telefónica —que cuenta con una filial en la calle San Martín, en Juliaca—, así como en la gran cantidad de locales de este rubro que han proliferado en los últimos tiempos y que, sumados al “mercado negro”,

50. Ver Ureta (2008) para un estudio del uso del móvil en hogares de bajos ingresos en Santiago de Chile.

constituyen, sin lugar a dudas, los principales centros de comercialización de estos aparatos.⁵¹

Podemos así afirmar que asistimos a un proceso de democratización de este nuevo recurso tecnológico, por cuanto su acceso no diferencia edad, estrato social o económico ni género. El acceso universal a las telecomunicaciones ha llegado a través de los teléfonos móviles.

Dicho esto, es razonable preguntarnos: ¿qué aspectos sustentan este proceso de universalización? Nuestro estudio permite destacar dos. El primero es que la telefonía móvil, con menos imposiciones regulatorias que otros sistemas, ha respondido rápidamente a la estrecha relación que existe entre una demanda masiva de comunicación y una limitada oferta de medios de comunicación. El segundo es que permite, a diferencia de la telefonía fija, una comunicación individualizada y no sujeta a un espacio específico.

La demanda de comunicación y la limitada oferta de medios de comunicación

La naturaleza social del ser humano implica la necesidad de comunicarse. En el tiempo de los incas, existía una extensa red vial que conectaba las cuatro regiones que conformaban el Tawantinsuyo mediante el sistema de *chaskis*. Luego, con los españoles llega también la escritura y con ella la carta como un importante medio de comunicación. Tal vez sea este el medio que más ha durado a lo largo de nuestra historia: la gente de los distritos estudiados recuerda haberlo utilizarlo hasta casi finales del siglo pasado.⁵² En el distrito de Asillo, en la zona de Tirapata, existía una oficina distribuidora que dependía de la oficina de correo. Funcionaba en la vivienda de la familia Macedo, en la plaza principal, y en ella había un encargado responsable de traer y distribuir las cartas. Era el hombre más conocido y el más requerido por la población, según recuerda Martha, una anciana del pueblo, pues de sus manos y sus palabras dependían la alegría y la tristeza de la gente.

El distrito de Asillo nunca contó con un telégrafo, que junto con el teléfono, fueron demandas de la población que los consideraba imprescindibles para tender puentes entre las comunidades y el mundo externo. Así, en un texto inédito, uno de los intelectuales más importantes del distrito, que intentó perennizar algunos aspectos relacionados con la historia y cultura de Asillo, decía lo siguiente:

Es de premiosa necesidad la pronta instalación de este servicio [telégrafo o teléfono], por lo menos, entre Tirapata y Asillo, toda vez que siendo este pueblo un cruce de caminos a diferentes lugares de esta región, no se concibe que no se haya tratado de comunicarlo, mediante este servicio tan importante con el exterior.⁵³

51. Ver Mujica (2008) para una caracterización y análisis del mercado negro de celulares en Lima.

52. Aun en la actualidad muchos sectores de la población usan este medio para comunicarse.

53. Francisco Macedo, "Apuntes monográficos del distrito de Asillo" (inédito).

En el caso de la población del distrito de Taraco, su cercanía a la ciudad de Juliaca le permitía establecer un contacto fluido con el exterior sin requerir de un sistema de correos o telégrafo. La gente refiere que usaba más bien a los comerciantes y ganaderos que visitaban sus comunidades o parcialidades para enviar o recibir encargos y que en muchas ocasiones viajaba personalmente para enterarse de lo que ocurría en el exterior.⁵⁴

Otro de los medios usados masivamente por la población eran las radioemisoras de las ciudades de Puno y Juliaca.⁵⁵ Quienes necesitaban comunicar algo acudían a estas estaciones de radio para solicitar la retransmisión de sus avisos o encargos. No obstante, uno de los problemas que enfrentaban era no saber si el mensaje llegaba efectivamente a su destinatario. Por otro lado, la persona que lo recibía tampoco obtenía mayores detalles.

Queremos resaltar la débil atención que recibió la demanda de comunicaciones de la población por parte del Estado, responsable hasta 1994 de la provisión de servicios de telecomunicaciones en el ámbito nacional. Como dijimos, hasta bien entrada la segunda mitad del siglo pasado, la carta era el principal medio de comunicación. Aun cuando el teléfono público hizo su aparición hacia la primera mitad de la década del noventa, la carta continuó funcionando como la principal transmisora de información, pues los teléfonos públicos solo se instalaron en las capitales del distrito. En todo caso, era en los días de feria cuando los teléfonos públicos eran más solicitados, pues la gente que venía de las comunidades o parcialidades a comprar, vender o trocar productos, aprovechaba la ocasión para hablar, haciendo colas que a veces se prolongaban hasta la noche.

Por otro lado, en algunas localidades se instalaron a iniciativa de algunos pobladores radios de comunicación, que no solo se convirtieron en una fuente de ingreso para sus propietarios debido a su masiva demanda, sino también, al igual que el teléfono, en el principal medio de comunicación.

En el distrito de Asillo, recién hacia el año 2002 se instaló una cabina de teléfono de la empresa Gilat, casi una década después de que Telefónica instalara teléfonos públicos en una de las tiendas del pueblo. Su administradora nos dijo que el negocio nunca prosperó, debido a que el sistema de tarjetas —que es como funciona dicho teléfono y cuyo costo mínimo es de tres nuevos soles— ahuyenta a los usuarios, que prefieren utilizar los teléfonos monederos de Telefónica, cuyo costo mínimo por llamada es de cincuenta céntimos. Por otro lado, en el distrito de Taraco, constatamos que muchos de sus pobladores recién han conocido las bondades de la telefonía fija, gracias a que la empresa Telefónica viene promocionando los teléfonos fijos inalámbricos y satelitales como una nueva alternativa de comunicación para los sectores de bajos recursos. Sin embargo, el hecho de enfrentarse a un nuevo producto y, sobre todo, el temor al pago mensual y fijo, desalientan a las personas.

54. Bourricaud (1967), en su descripción de la ciudad de Puno, incluye a Taraco, lo que demuestra su cercanía.

55. La gente recuerda a las radioemisoras Radio Comercial del Collao y El Sol de los Andes, ambas de la ciudad de Juliaca, y a Onda Sur de Puno.

Entonces, la telefonía móvil aparece como la opción más accesible, aunque no necesariamente la más asequible.

Así, este contexto caracterizado por una precaria infraestructura de comunicaciones favoreció la difusión de la telefonía móvil, a pesar de que la gente opina que paga por ella un precio excesivamente alto.

La relación celular / usuario

Sin embargo, existen otros aspectos que escapan a la voluntad del Estado y a la oferta de la empresa Movistar y que, adicionalmente a lo señalado, explican la universalización del servicio de la telefonía móvil. Nos referimos a la relación que se establece entre el aparato celular y el usuario. Muchos de nuestros informantes llamaron la atención respecto del tamaño del celular que, entre otras cosas, permite su uso personalizado y llevarlo consigo sin problema alguno a cualquier lugar. Si bien es cierto que todavía es percibido como un objeto suntuoso, al mismo tiempo se ha convertido en una herramienta básica. Por otro lado, la gente valora el hecho de que el teléfono celular permita una comunicación ubicua, es decir, el hecho de que a diferencia de la telefonía fija, el celular permita realizar y recibir llamadas desde cualquier lugar y en cualquier momento.

3.2 LOS PERIODOS INICIALES DE ADOPCIÓN Y LOS LÍMITES DEL PROCESO DE UNIVERSALIZACIÓN DE LA TELEFONÍA MÓVIL

Los impactos socioeconómicos de la universalización de la telefonía móvil todavía son imperceptibles o, en todo caso, aparecen mezclados con un conjunto de beneficios que abarca diversos ámbitos, que van desde lo familiar y lo económico hasta lo social y cultural. Lo único claro, más allá de los beneficios específicos, es que el teléfono celular permite una mayor comunicación, literalmente, “acerca a la gente” y contribuye a afianzar los vínculos de confianza.

En el orden de cambios surgidos recientemente en los distritos estudiados, aparece, en primer lugar, la introducción y la masiva difusión de la ganadería de ganado vacuno mejorado de la raza Brown Swiss, que desde el punto de vista de la población, les ha permitido superar muchos de los problemas relacionados con la pobreza y la exclusión económica. En segundo lugar, aparece el asfaltado de las carreteras Juliaca – Azángaro – Asillo – Macusani⁵⁶ y Juliaca – Samán – Taraco – Huancané, como importantes obras públicas que han favorecido la movilidad de la población y, principalmente, el circuito económico y comercial. En tercer lugar, figura el teléfono móvil.

Constatamos que la adopción de la telefonía móvil se encuentra todavía en una etapa inicial, en la cual la población busca apropiarse de este nuevo

56. La carretera Juliaca Azángaro fue asfaltada en el 2004 y la carretera Azángaro – Asillo y Juliaca – Taraco – Huancané en el 2007.

recurso tecnológico y adecuarlo a su vida. En efecto, la cobertura de este servicio en el distrito de Asillo data de apenas poco más de un año, mientras que en el de Taraco, de poco más de año y medio. Por ello, resulta prematuro establecer la relación costo-beneficio de la introducción de esta herramienta. Lo que constatamos en la actualidad es un conjunto de limitaciones para la universalización de la telefonía móvil que pasamos a analizar a continuación.

Accesibilidad vs. asequibilidad

Cuando presentábamos el estudio a la gente y explicábamos que uno de nuestros objetivos era estudiar el impacto de la telefonía móvil, inmediatamente nos vinculaban a la empresa Telefónica. Lo que nos llamaba la atención era el hecho de que no se trataba de una asociación feliz. Algo que casi siempre surgía en las conversaciones era la queja respecto del costo de las llamadas, que según nuestros entrevistados, es excesivamente alto. La frase: “La Telefónica abusa porque sabe que necesitamos celular” surgía constantemente, pero también: “El celular es un mal necesario”. El contraste denotaba las contradicciones entre la accesibilidad y la asequibilidad del servicio de telefonía móvil. No pocos nos solicitaban que intermediáramos ante la Telefónica para pedirle que bajara sus costos. También se mostraban disconformes por la poca durabilidad de las tarjetas físicas activadas.⁵⁷

Por otro lado, la gran mayoría de entrevistados nos dijo que el celular que más usa es el de segunda generación, en tanto busca funciones básicas, tales como llamada y recepción de llamada, mensajes de texto (aunque esta función no es muy utilizada)⁵⁸ y marcador de hora. Los propietarios de las tiendas que venden teléfonos celulares nos confirmaron la preferencia por esos aparatos, cuyos precios oscilan entre 60 y 120 soles, argumentando que los celulares de última generación resultan excesivamente caros para la mayoría y que, además, la gente no posee las habilidades para sacar provecho de ellos. Esto nos lleva a decir que si la tenencia de celulares conlleva algo de prestigio, ello tiene que ver con la calidad y la marca, con si el celular tiene, por ejemplo, cámara web o MP3. Respecto de la marca del celular, pudimos notar la preferencia por Sony Ericsson y que son básicamente los jóvenes y los trabajadores y funcionarios públicos quienes buscan esa marca. Mientras que los primeros usan el celular como un reproductor de música, los segundos sienten que les da estatus y prestigio.

-
57. La competencia y la regulación contribuyeron a algunos cambios sobre estos temas. De un lado, el regulador estableció que las tarjetas activadas debían tener una duración de seis meses. De otro, la empresa Telmex, bajo la marca Claro, intensificó la competencia de precios. El resultado entre el 2008 y el 2010 es una mayor penetración del servicio y una significativa bajada de las tarifas.
58. Los usuarios manifestaron tener dificultades para encontrar la función de envío de SMS, así como para utilizar adecuadamente las teclas para escribir el mensaje. Además, son reticentes a usar los SMS, ya que normalmente no reciben respuesta a su mensaje. Al no tener ninguna certeza de la recepción, prefieren la comunicación sincrónica de voz.

Los prepago vs. los pospago

Con respecto a los sistemas de pago, la gran mayoría de usuarios opta por el prepago, debido básicamente a que les permite controlar las llamadas que realizan y, por lo tanto, el gasto. Sin embargo, muchas veces el precio que se paga por el sistema de prepago sobrepasa el gasto que se podría hacer en un sistema de pospago. Cuando les sugeríamos cambiar de sistema, explicándoles el motivo, no sabían qué respondernos, pues ignoraban las ventajas y desventajas de uno u otro sistema. Comprobamos que la opción por el sistema de prepago responde más a un mero “contagio”, pero en el que pesa la idea del autocontrol. Esta idea tiene correlación con el temor al pago fijo mensual que supondría optar por el sistema de pospago. Nuestros entrevistados perciben que su ingreso es muy variable —“Un día hay, otro día no hay”— o insuficiente. Al priorizar sus gastos, el teléfono celular pasa a un segundo plano.

Ahora bien, decir que casi todos recurren al sistema prepago no quiere decir que todos tengan el teléfono permanentemente listo para hacer llamadas, es decir, con recargas activadas. Un buen porcentaje de usuarios usa el celular básicamente para recibir llamadas y lo recarga solo en circunstancias específicas. En un día de feria en el distrito de Taraco preguntamos a 20 comerciantes si sus celulares tenían crédito: 17 nos contestaron que no. Lo mismo hicimos en la feria de Progreso: de diez ganaderos, solo seis tenían crédito. En el caso de cinco profesores consultados en el distrito de Asillo, solo uno tenía crédito, y en el de jóvenes del quinto grado de secundaria del colegio de Taraco, ninguno lo tenía. Otro día conversamos con cuatro campesinos de Jansana Capallino, mientras el tractor de la municipalidad preparaba sus tierras para la próxima siembra. En cierto momento dijeron que ya era hora de almorzar, por lo que sugirieron llamar a la esposa de uno de ellos, a quien habían encargado preparar la comida. Solo uno pudo hacerlo: el único que tenía crédito.

Las relaciones de género

Por otro lado, constatamos que la pobreza y las relaciones de género, atravesadas todavía por el machismo, pueden condicionar el acceso al celular por parte de las mujeres. La mayoría de nuestras entrevistas las hicimos con varones, pues las mujeres rehusaban ser entrevistadas arguyendo no poseer celulares. Es más, aun cuando ellas participaban en nuestras conversaciones, ni bien tocábamos el tema de la telefonía móvil nos abandonaban. Una mañana conversamos con Teodor, un comunero de la comunidad de Huarahuarani, en el distrito de Asillo, sentados sobre el poyo de barro al costado de la puerta de su cocina. Su esposa estaba presente, escuchando atentamente nuestra conversación casi sin intervenir, al parecer debido a que las bondades del teléfono celular y de otros medios (como Internet) no era un tema que le interesaba. Se limitaba a asentir con la cabeza por momentos, o a hacer gestos de admiración cuando algo de lo que escuchaba le parecía extraño o inimaginable, como por ejemplo, cuando le mostramos un USB diciéndole que ese pequeñísimo aparato podía guardar libros, fotos, música y videos. Su lenguaje corporal nos

transmitía la posición pasiva de las mujeres en lo que respecta al uso de la telefonía celular.

Nuestra percepción es que las mujeres ocupan un lugar rezagado respecto de los varones, un rezago que se expresa no solo en su poca participación en muchos espacios, sino también en “cosas modernas”, tal como los teléfonos celulares. Hasta cierto punto, la mujer continúa actuando solo como un complemento del varón. Así, por ejemplo, en muchas de las plantas queseras que visitamos encontramos laborando a parejas de esposos. Cuando conversábamos acerca de las plantas, eran las opiniones de los varones las únicas que se escuchaban. Las mujeres se limitaban a aclarar o a complementar algunas ideas inconclusas. Notamos una especie de pacto implícito por el cual el varón asume la jefatura de la planta quesera y lidera las distintas actividades cotidianas, domésticas y económicas. Por ejemplo, ellos son los encargados de vender los quesos que producen a los intermediarios / acopiadores que vienen diariamente a la plaza de Taraco. Aparecen en sus motos, cargando la caja de quesos, y luego de venderlos a sus “caseras”, abarrotan los puestos de comida para consumir trucha frita o caldo de cabeza. Mientras tanto, las esposas esperan en casa atendiendo a sus hijos o realizando las actividades propias de la mañana, como llevar a los animales a pastar. Por otro lado, son también los varones quienes más se mueven de un lugar a otro, pues de acuerdo a la temporada migran hacia la selva o hacia la minas (San Rafael, en el caso de Asillo, y La Rinconada, en el de Taraco) para obtener un ingreso extra.

Una noche conversamos con Estirio, un negociante de productos de ferretería en la feria dominical de Asillo. Desde un inicio tocamos el tema de los celulares y nos dijo que contaba con uno que compartía con su esposa. Entonces, le preguntamos a quién de los dos le pertenecía el aparato y afirmó que era suyo. Estirio nos dijo que lo había comprado en Juliaca unos meses antes, pero que ya había tenido antes varios celulares. Considerando esto, nuestra pregunta fue porqué su esposa no contaba con uno. Estirio alegó que a ambos les bastaba con el que compartían. Sin embargo, por sus propias palabras y gestos, notamos mucho machismo al respecto.

El uso compartido

Pensado inicialmente como un objeto individual, los entornos de pobreza hacen que el teléfono móvil se convierta en un sustituto del fijo o que su uso responda a una estrategia familiar. Se trata de familias pobres, cuyas actividades económicas se inscriben en un esquema de reproducción simple, con una escasa capacidad de acumulación. Hasta cierto punto, la vida económica de estas familias se restringe a su comunidad y su rutina gira principalmente en torno al cuidado del ganado. Antes de dormir constatan el estado de sus animales; las crías no deben dormir desabrigadas, sobre todo en invierno. Por las mañanas, muy temprano, revisan el ganado, una tarea que realizan básicamente los hombres. Mientras tanto, las mujeres preparan el desayuno y llevan al ganado a pastar, no sin antes haber ordeñado a las vacas. Luego, continúa la rutina alrededor del ganado: se complementa su alimentación con avena seca y se lo lleva a las fuentes de agua a fin de que sacie su sed.

Es claro que la práctica de una economía de subsistencia no requiere de tecnología, más allá de los insumos médicos para controlar la salud de los animales. Por eso, cuando preguntábamos a las familias acerca del uso que le dan a los celulares, la respuesta siempre era: “Para comunicarnos con nuestros familiares”. Al mismo tiempo, este uso no es personalizado, porque una llamada puede ser recibida por cualquiera de los miembros de una familia. Por eso, generalmente los celulares ocupan un lugar fijo en las casas; hasta cierto punto dejan de ser portátiles, pues pueden reposar sobre una repisa o estar colgados en una pared. Por ello también, cuando le pedíamos a muchos de nuestros entrevistados que nos enseñaran sus celulares, nos decían que lo habían dejado en casa o que sus esposas o hijos lo tenían.

Consumo lo que consume mi vecino

La decisión de usar el celular depende mucho de lo que hacen las personas del entorno, en especial a la hora de elegir el sistema de pago. En nuestras conversaciones con productores y comerciantes prósperos, les aconsejábamos optar por el sistema pospago, considerando la frecuencia de sus llamadas. La respuesta era un silencio que reflejaba su limitado entendimiento acerca de los sistemas de pago. Entonces volvíamos a cero y les preguntábamos si conocían esos sistemas. Muchos respondían que no, que el único sistema que conocían era el de las tarjetas, porque todos las usaban, y que por eso ellos también lo hacían.

Este desconocimiento sobre los sistemas de pago viene acompañado de otro desconocimiento, esta vez sobre las funciones del celular, más allá de las básicas (es decir, realizar y recibir llamadas o utilizarlo como reloj). Cuando les preguntábamos cómo compran sus celulares y cómo eligen la marca y el sistema de pago, nos respondían que eran sus hijos los que se ocupaban de eso. Constatamos así que son los jóvenes los que están al tanto de los avances tecnológicos y que, en cambio, los adultos optan por una posición pasiva.

Preguntamos, por ejemplo, si enviaban mensajes de texto para comunicarse. Casi todos nos respondieron que no. Muchos nos dijeron que no lo hacen porque desconfían sobre si el mensaje es recibido o no y porque creen que es mejor comunicarse con las personas de manera directa.

Otros factores que limitan el uso del celular son el analfabetismo, el lenguaje y los mitos y temores contruidos alrededor de él.⁵⁹ Una tarde conversamos con Julia en su tienda de verduras y frutas. Nos contó que si bien ha escuchado hablar del celular, nunca lo ha “tocado bien porque lo puedo malograr”, y que son sus hijos los que lo usan. Ella lo hace solo muy esporádicamente, para comunicarse con los hijos que viven en Cuzco y en Lima, y aun así lo hace bajo la supervisión de sus otros hijos. Este mismo fenómeno puede notarse en los puestos que ofrecen equipos de telefonía móvil, recargas virtuales o tarjetas físicas en las diversas ferias. Muchas de las personas que

59. Más adelante desarrollamos el tema de los mitos y temores contruidos alrededor de la telefonía móvil.

se acercan a ellos, particularmente las mujeres, lo hacen para solicitar una reparación de su celular. Sin embargo, el diagnóstico de los técnicos suele dar cuenta, en la mayoría de los casos, de que los aparatos no están malogrados, sino que una equivocada manipulación producto del desconocimiento es lo que genera, entre otras cosas, bloqueos.

3.3 EL IMPACTO MULTIDIMENSIONAL DE LA TELEFONÍA MÓVIL

El contexto de precariedad, vulnerabilidad y pobreza en el que se universaliza la telefonía móvil posterga la conciencia sobre su impacto socioeconómico. Los procesos de modernización en los cuales se inscribe la adopción de la telefonía móvil no son procesos conscientes o planificados, puesto que carecen de una institucionalidad que los respalde, por lo que el impacto se va percibiendo a medida que pasa el tiempo.

Cuando preguntábamos a muchos de nuestros entrevistados acerca del uso que le dan al celular, como si la pregunta les sonara extraña, respondían débilmente: “Para comunicarnos”. Más que las palabras, el lenguaje corporal daba cuenta de la inexistencia de una percepción sobre el vínculo tangible entre la telefonía móvil y los ámbitos socioeconómicos.

Lo interesante aquí es constatar que, más allá del papel de mero medio de comunicación establecido entre emisores y receptores, lo que permite el teléfono móvil es, en primer lugar, la consolidación y “desterritorialización” del vínculo familiar: los padres se encuentran al tanto del quehacer de sus hijos y viceversa.⁶⁰

- ¿Para qué usa el celular?
- Para comunicarme.
- ¿Con quién se comunica?
- Más que nada con los familiares.
- ¿Con quién, por ejemplo? ¿Cómo?
- Por ejemplo, yo tengo mi hijo que está estudiando en Puno y si quiero yo lo llamo ahorita y si me dice que está en clases, entonces le digo que me pase con su profesor. Si me pasa es porque es cierto, y si no, es por algo. Ya ve, para eso sirve el celular.
- ¿Entonces ya no necesita ir a ver a su hijo?
- Claro que voy, pero raras veces. Más llamo y él también me llama.

(Juan, comerciante de Asillo)

Este control de los hijos, por ejemplo, o el estar al tanto del quehacer de los familiares, tiene un beneficio económico, en tanto el celular permite ahorrar tiempo y dinero. Sin embargo, los usuarios no lo ven de esa manera y más bien lo asumen como un gasto adicional que a veces afecta su economía.

60. Souter (2005) y Aminuzzaman *et al.* (2002) destacan el mismo efecto en el estudio de cuatro países de África y en Bangladesh, respectivamente.

Esta manera de concebir y usar el celular es una característica de las familias de escasos recursos, cuyas actividades económicas son sumamente precarias e informales. Entre estas familias el uso del celular se circunscribe al ámbito familiar.⁶¹

- Usamos el celular más que nada para llamar a nuestros familiares.
- ¿Y qué producen aquí?
- Nada, si no tenemos agua. Como ves, todo está seco.
- ¿Y de dónde comen?
- Poquito no más hacemos queso y llevamos a la feria.
- ¿Y a quiénes venden?
- Allá a los comerciantes, a los intermediarios que vienen.
- ¿Y usan el celular para conversar con ellos, para averiguar precios o para saber si vendrán o no?
- No nada, así no más llevamos. No llamamos, el celular es solo para nosotros, para comunicarnos con nuestros hijos.

(Esteban, comunidad de Curani, distrito de Asillo).

Hemos constatado que el beneficio económico del teléfono celular se evidencia fundamentalmente en un sector productivo y comercial que, por iniciativa propia, ha adoptado cierta modernidad y una relativa perspectiva empresarial. En este sector es posible identificar a dos tipos de productores⁶² y comerciantes, tanto por sus características económicas como por el acceso que tienen al teléfono celular y el uso que hacen de este aparato: los medianos y los grandes.

Entre los productores agropecuarios y productores de queso, identificamos, en primer lugar, a los medianos productores, que son la gran mayoría de los productores en los dos distritos estudiados. Este sector productivo asume que el teléfono celular es de vital importancia para su actividad y reconoce que les permite ahorrar tiempo y dinero. Así, realiza llamadas para consultar sobre la disponibilidad de un producto, sin la necesidad de presentarse físicamente en los lugares de donde se provee.

[...] para mí sí es importante el celular, porque llamo a los que me dan leche para decirles que me esperen un poco, porque de repente se me ha hecho tarde.

-
61. Son hallazgos similares al caso de Nigeria, analizado por Jagun *et al.* (2007). Fafchamps (2004), desde el punto de vista económico, y Molony (2006), destacan la necesidad de contar con redes personalizadas para concretar transacciones en contextos en los que no hay mecanismos formales.
 62. Obviamente, los criterios para la tipificación de los productores se basan en las propias perspectivas de la población. Según esta, el productor mayor es aquel que posee un hato superior a 15 cabezas de ganado vacuno, que se considera “rico” y cuyo producto excedente es altamente comercializable. Por su parte, el mediano productor es aquel que posee un hato no mayor de 15 cabezas de ganado y cuyas tierras cultivadas no pasan de las diez hectáreas. Este sector productivo propicia la adopción de tecnología nueva y su producto excedente es también comercializable. Por último, el pequeño productor posee menos de 5 hectáreas de tierras de cultivo y un hato no mayor de seis cabezas de ganado vacuno. La producción en este sector productivo es artesanal y en su práctica incorpora instituciones ancestrales como el *ayni* y la *minka*.

O a veces me demoro, entonces me llaman preocupados diciéndome que la leche está lista. Cuando traigo mis quesos para entregar a la señora [acopiadora] y demoro, entonces la señora me llama y le digo que me espere un poco [...]. (Luis, productor de queso, parcialidad de Sacasco, Taraco)⁶³

No hemos observado, en cambio, que este sector use el celular para organizar la producción o el comercio o para ampliar su mercado. Hemos reconstruido la historia de algunas plantas productoras de queso y en muchos de esos casos, la búsqueda de mercado se hizo de manera informal; es decir, producían quesos y los llevaban a la plaza del distrito de Taraco a ofrecerlos a los acopiadores que asisten diariamente a ese lugar. Se establecía así una relación informal a partir de la empatía que surgía entre el productor y el acopiador. El tiempo, la calidad de los quesos y la buena disposición de los acopiadores —que no solo ofrecían un buen precio sino, sobre todo, puntualidad en los pagos— era lo que ayudaba a consolidar la relación comercial.

A la señora [acopiadora de quesos de la plaza de Taraco] la conozco hace cuatro años. Ya somos caseros porque hace cuatro años trabajamos. Ni bien empecé, vine a vender mi queso y la señora me llamó, le di mi queso, no se si me pagó bien, pero la cosa es que quería vender mi queso y entonces desde ese día trabajamos juntos. A veces me presta plata a cuenta de los quesos que le voy a dar. Ya tenemos confianza. (Edwin, productor de queso, parcialidad de Sacasco, distrito de Taraco)

Por otro lado, fuimos testigos de la creación de una planta productora de quesos. Su propietario, Celestino Cutipa —oriundo de la parcialidad de Jansana Copallino, en el distrito de Taraco—, después de deambular por distintos lugares de la selva puneña y de Madre de Dios y de trabajar en minas, no solamente en busca de trabajo sino también satisfaciendo el espíritu aventurero propio de su juventud, decidió retornar a su parcialidad y formar una familia. Entonces, Celestino invirtió el poco dinero que había ahorrado en fundar su propia planta quesera. Tuvimos la oportunidad de asistir a las dos primeras “faenas” y algo que llamó nuestra atención es que, una vez fabricados los quesos, Celestino los llevó en su motocicleta a la plaza de Taraco, donde se reúnen los acopiadores de queso. Ni bien apareció en la plaza, una mujer lo llamó ofreciéndole comprar sus quesos a un buen precio. Después de evaluar la oferta, Celestino accedió. Nos comentó que a esa acopiadora de queso la conocía de vista y que le parecía una buena persona. Celestino auguraba que esa relación comercial iba a durar para siempre.

Pudimos constatar que el teléfono celular permite consolidar las redes comerciales previamente establecidas, pues tanto los productores como los acopiadores lo usan para hablar de asuntos relacionados con su actividad. Los días que pasamos, por ejemplo, en la plaza de Taraco observando la dinámica del acopio de quesos, notamos cómo el celular servía para indagar sobre

63. Este es un claro caso de uso del teléfono móvil con fines de microcoordinación, de manera similar a lo reportado por Ling (2004).

la disponibilidad de productos. Muchas de las acopiadoras recibían también llamadas de sus proveedores, quienes les indicaban que se encontraban en camino o que habían tenido un contratiempo.

Nuestro segundo grupo, para quien el teléfono celular se ha convertido en una herramienta básica, son los grandes productores, sea individuales o los que forman parte de asociaciones de productores. A ellos, el celular les permite ampliar y consolidar sus redes comerciales, buscar nuevos mercados y organizar la producción y / o comercialización. Se trata de un sector económico que ha logrado dar el “gran salto”, pues su producción es ya intensiva y participa en la economía formal. Son pocos los que conforman este sector, pero sin lugar a dudas son el ejemplo del desarrollo económico en los dos distritos estudiados. Casi no participan directamente de la producción, pues su función es más de gestión. Viajan mucho, realizando gestiones, ya sea de financiamiento o de ampliación de mercado, o en busca de las licitaciones que convocan algunas instituciones, como el Programa de Nacional de Asistencia Alimentaria (PRONAA).⁶⁴ Para este grupo el celular se ha vuelto imprescindible.

Por ejemplo, en el distrito de Asillo hay una de las más importantes plantas productoras de queso de la zona: la planta quesera San Pedro, de la comunidad de Ñawpa Pampa. Su propietario, Pedro Apasa,⁶⁵ nos dijo que la actividad quesera data de muchos años atrás y es la principal actividad de la población de Ñawpa Pampa. Desde hace mucho tiempo, él y su familia se dedicaban a la crianza de ganado vacuno. Producía quesos solo artesanalmente y los comercializaba de manera informal, en las ferias de Asillo y Progreso. Sin embargo, según nos cuenta, la comercialización informal solo beneficia a los comerciantes intermediarios.

Con el paso de los años, don Pedro fue adquiriendo experiencia y un mejor conocimiento del mercado. Asistía a las capacitaciones que la ONG Care realizaba en su comunidad con el fin de ayudar a las familias productoras de leche y queso. Considera que esos cursos le permitieron adquirir una perspectiva empresarial. Entonces comprendió que si quería crecer como empresario, tenía que especializarse, o bien en la producción de leche o bien en la de queso. Optó por la segunda. La ONG Care lo ayudó a formar su empresa, que desde entonces se llama San Pedro de Ñawpa Pampa.

Por otro lado, como comerciante de las feria de Asillo y Progreso, don Pedro había entablado una relación de confianza con una empresa acopiadora

64. El PRONAA implementa proyectos de seguridad alimentaria para asistir a la población en extrema pobreza, buscando elevar su nivel nutricional. También convoca licitaciones públicas para adquirir materias primas con las que abastece al programa, beneficiando también a aquellos productores regionales que venden sus productos.

65. Cuando llegamos, lo encontramos en pleno proceso de elaboración de quesos. En efecto, su hijo y su esposa estaban moldeando los quesos con la ayuda de unos coladores con los cuales sacaban grumos de leche, para luego darles forma y ponerlos en los moldes donde reposarían. “Este es mi tallercito”, nos dijo don Pedro. Se trataba de una pequeña habitación de unos diez metros cuadrados. Tenía una especie de batea, una prensadora, algunos andamios y una cocina a gas, entre otros utensilios.

y distribuidora de quesos, constituida formalmente.⁶⁶ Una vez formalizada su propia empresa, se formalizó también la relación con esa empresa, que desde entonces es su principal acopiadora. Este hecho implicó que de alguna manera también se formalizara la relación entre la planta San Pedro y los productores de leche. Actualmente, así como la planta San Pedro produce quesos exclusivamente para la empresa acopiadora y distribuidora mencionada, los productores de leche producen exclusivamente para San Pedro. Es más, según nos contó don Pedro, esta relación formal con sus proveedores ha hecho que, en muchos casos, asuma la responsabilidad de velar por el buen estado del ganado que provee la leche. En cuanto se presenta alguna emergencia, don Pedro se lo comunica inmediatamente al veterinario de la municipalidad, e incluso muchas veces asume el costo de la atención. “Es que yo vivo de ellos”, nos dijo refiriéndose a los animales.

Volverse una empresa formal ha implicado muchas cosas, entre las que destacan, por un lado, el hecho de que ahora la planta San Pedro tiene un mercado fijo, y por otro, el que los productores de leche también lo tengan, lo que implica que la producción, tanto de leche como de queso, ha dejado de ser informal. Actualmente la planta San Pedro acopia 250 litros de leche diarios, con los cuales produce 35 quesos. Los quesos ya no se colocan en las ferias de Asillo y Progreso sino en la de Azángaro, donde la empresa acopiadora trabaja con un conjunto de productores. Por último, San Pedro ya no paga a sus proveedores de manera diaria, sino los días domingos, cuando se lleva a cabo la feria de Azángaro.

En este tipo de actividad formal es donde el celular repercute significativamente. De hecho, tal como nos dijo don Pedro, el celular le permite estar en permanente contacto, tanto con los acopiadores de queso como con los empleados de diversas instituciones, como el PRONAA o el propio municipio de Asillo, que ocasionalmente convocan a licitaciones para la compra de leche, en las que él participa.

Tengo que estar llamando siempre. Como ya tengo conocidos, les pregunto cuándo van hacer licitaciones. Y a veces cuando les vendo leche, tengo que estar al tanto del cheque para que me paguen. Para esas cosas me sirve el celular, porque ya no voy, solo llamo y aquí trabajo. Porque si no, perdería tiempo. Por eso, para mí sí es importante el celular.

Un efecto similar lo constatamos entre los comerciantes, pero solamente entre aquellos que han logrado capitalizarse y ampliar y consolidar sus relaciones comerciales. En este grupo, el celular contribuye a fortalecer esas relaciones.

Una tarde, ya al final de la feria dominical de Asillo, conocimos a Luque en una de las bancas de la plaza. Le preguntamos de dónde era. Nos dijo que había nacido en una de las comunidades de Asillo, pero que había migrado

66. Esta empresa tiene su sede en la ciudad de Juliaca y su personal se distribuye entre las diferentes ferias que existen a lo largo y ancho de la región de Puno. Según don Pedro, los quesos que acopia esta empresa son distribuidos básicamente en los mercados de Arequipa.

siendo muy joven a la ciudad de Arequipa en busca de empleo: ejerció diversos oficios, desde panadero hasta ayudante de mecánica. Con el tiempo, logró ahorrar algo y, aconsejado por un amigo, decidió trabajar como comerciante. Ambos viajaron entonces a la frontera con Bolivia y trajeron ropa usada para venderla en Puno. Desde entonces se dedica a la comercialización de ropa usada, y ocasionalmente combina esta actividad vendiendo otros productos, desde relojes hasta utensilios de cocina. Gracias a su trabajo, ha conocido casi todo el sur peruano y ha llegado incluso a La Paz y Arica.

Nos dijo que hace unos años logró formar una familia, pero que se ha separado de su esposa. Tiene hermanos, pero debido a su condición de “errante” hace tiempo que no los ve.

Si quiero, agarro mis cosas y mañana amanezco en Cuzco. Yo no tengo paradero fijo y hago lo que sea, lo que veo, lo que encuentro, con tal de ganar dinero y vivir.

Luque arguye que la familia que tuvo la ha reemplazado con sus colegas de trabajo. Comenta que se trata de tres amigos, con quienes viaja y con quienes organiza y coordina sus actividades comerciales. Este grupo le permite sortear los riesgos que todo comerciante enfrenta, desde estafas hasta robos. Nos dijo que no contaba en ese momento con un celular porque lo había perdido, pero que lo consideraba un instrumento necesario, puesto que permite estar al tanto de cualquier cosa sin necesidad de estar en el lugar de los hechos. Mientras tanto, en esos días Luque se comunicaba a través de locutorios para resolver cuestiones de negocio. Citó algunos casos en los que el celular le sirve. Por ejemplo, si uno de sus colegas se entera de la llegada de una mercadería novedosa a un buen precio, llama al resto para evaluar si vale la pena adquirirla. Luque asegura que el celular garantiza la solidez del grupo y permite mantenerse informado acerca del mercado.

Por otro lado, el tipo de negocio que se tiene es otro de los factores que influye en el uso del teléfono móvil. Por ejemplo, quienes comercializan productos perecibles (como verduras y frutas) no lo utilizan mucho, solo a veces para consultar precios y disponibilidad de productos. Uno de los aspectos que subrayan los propios comerciantes y que explica por qué todavía el celular no es determinante en su actividad comercial es que prefieren constatar *in situ* la calidad, el precio y el estado del producto, en un ambiente de mucha estafa y robo.

[...] qué pasa si tú consultas a alguien de Juliaca sin que lo conozcas. Ese te puede decir que está así [se refiere al precio], o que está bien la merca, y cuando vas, no es así. Con tal de vender, te pueden decir lo que sea. Por eso, es mejor ir y ver tú mismo. (Áurea, comerciante de la feria de Asillo)

Quienes sí usan el celular para su trabajo son los grandes comerciantes dedicados a productos no perecibles, como la ropa. Esteban, por ejemplo, nos contó que su esposa, que se dedica al comercio de ropa usada, ya no necesita viajar a Juliaca, sino que ahora solo le basta hacer una llamada para que su mercadería sea enviada al lugar que desea.

También encontramos un uso fundamental del celular en el marco de los programas de desarrollo agropecuario que ejecutan tanto la Municipalidad de Asillo, como por la de Taraco. Como ya dijimos, ambas cuentan con áreas de desarrollo agropecuario, que brindan asistencia técnica especializada a los productores ganaderos, básicamente en lo concerniente a la salud animal. La labor de los técnicos veterinarios consiste en asistir a los productores del distrito en cuanto al control médico de los animales, que incluye, entre otros aspectos, dosificación de vitaminas, atención de parto, desparasitaciones, vacunas, situaciones de emergencia, etc. El costo de los medicamentos y de otros insumos corre a cuenta de los productores, mientras que la atención corre a cuenta del municipio. Para llevar a cabo su trabajo, los técnicos veterinarios se han repartido la zona, por lo que cada uno de ellos visita diariamente un lugar específico. En ese contexto, el celular se ha convertido en un instrumento vital tanto para los ganaderos como para los veterinarios, pues gracias a él pueden estar en permanente comunicación. Según nos dijeron, su uso les ha permitido salvar la vida de muchos animales.

En tiempos cuando no había celular, lo único que pensábamos era en matar a los animales cuando se enfermaban para siquiera recuperar la carne. (Fulgencio, comunidad de Huarahuarani, Asillo).

Uno de los técnicos de la Municipalidad de Asillo nos ilustró de la siguiente manera la importancia del celular para su trabajo:

Ya tengo dos crías aquí [en Ñaupapampa] y para eso me sirvió el celular. O sea, uno no puede predecir el momento en que le puede dar su celo a la vaca. Pues ni bien sus dueños se dan cuenta de eso, puede ser de día o de noche, nos tiene que comunicar de inmediato y nosotros venimos y le hacemos inseminación. Porque si pasa su periodo de celo ya no sirve, ya no se puede inseminar porque ya no va a fecundar. Entonces sus dueños tienen que estar al tanto. Por eso, esas dos crías que me dijeron me avisaron por celular cuando estaba almorzando. Entonces vine y ahí salieron. Por eso, para mí es herramienta de trabajo.

En ese momento sonó su celular: era su secretaria que necesitaba saber dónde había colocado el currículo para poder dar curso a la renovación de su contrato. El técnico le dijo que lo buscara al costado de su computadora. “Ya ves”, me dijo, “qué hubiera sido si no hubiera este aparato. La secretaria no hubiera tenido el papel y no se hacía nada”.

Dicho esto, nos llevó a una planta quesera, pues le habíamos comentado que nos interesaba saber cómo funcionaban esas plantas. Mientras conversábamos con el propietario, el técnico se quedó afuera, y cuando salimos, lo encontramos manipulando su celular. Le preguntamos entonces qué hacía, a lo que respondió que estaba enviando un mensaje a uno de sus clientes, que le daba indicaciones de cómo debía atender a su ganado ya que no podía ir debido a que se le había hecho tarde. Una vez más, quedaba clara la importancia del celular en ese ámbito.

Para contrastar nuestras apreciaciones, nos hemos permitido revisar, *in situ* y previa autorización de los usuarios, los teléfonos móviles de un grupo de comerciantes y de otro de productores. Esta información se encuentra en las tablas que presentamos a continuación. Un primer aspecto que queremos destacar es el hecho de que si bien la idea era revisar las diez últimas llamadas realizadas y / o recibidas, como se puede notar en los cuadros no se llegaba a esa cantidad, en tanto solo encontrábamos entre siete y ocho llamadas. Este dato, sumado al hecho de que la mayoría de las llamadas se habían hecho en un mismo día (o como máximo en dos), nos permite afirmar que, por un lado, las recargas se efectúan con motivos específicos —entre ellos, consultar sobre precios o disponibilidad de productos u atender una emergencia médica, en el caso de los productores—, y por otro, que estas recargas se “aprovechan” para otros asuntos. Si bien se recarga el celular con fines específicos, el hecho de tener saldo induce a utilizar el celular para otros asuntos, lo que al final de cuentas repercute negativamente en la economía del usuario.

Varias observaciones se pueden hacer a partir de los cuadros que presentamos. Para empezar, el uso del celular se circunscribe básicamente al ámbito distrital; es decir, las comunicaciones se establecen, entre las capitales de distrito y sus comunidades y / o entre las propias comunidades⁶⁷. El segundo destino de las llamadas es la ciudad de Juliaca, seguida por las de Puno y Arequipa. Muy pocas veces aparece la ciudad de Lima como destino u origen de las llamadas.

Con respecto a los emisores y receptores, quienes establecen comunicación son básicamente familiares, seguidos por amistades y en tercer lugar por comerciantes / proveedores o productores / clientes. Sin embargo, cuando estos datos los comparamos con el rubro sobre las motivaciones de las llamadas, surge una aparente contradicción, pues apreciamos que un número importante de llamadas guarda relación con el trabajo y no necesariamente con asuntos familiares. No obstante, esto se explica por cuanto las relaciones de parentesco tienen un peso importante en las actividades económicas de la población.⁶⁸ Así, cuando el común de la gente nos dice que usa el celular básicamente para comunicarse con sus familiares, el objetivo de esta llamada puede ser tanto familiar como laboral.

67. Respecto de la cobertura móvil, en Puno son 94 distritos (tanto urbanos como rurales) los que disponen de este servicio. En nuestra zona de estudio, solamente un distrito del área de influencia de Asillo no contaba con cobertura.

68. Lo encontramos en los Andes, donde históricamente, “la base de la organización campesina es un sistema de parentesco que liga a cada individuo en forma diferenciada con un gran número de personas. Estas relaciones de parentesco son una matriz de reclutamiento de mano de obra cuando el individuo tiene que organizar tareas específicas en el campo, en la organización de la casa o también en la organización festiva” (Golte 1999: 4).

CUADRO DE LLAMADAS REALIZADAS

SECTOR: COMERCIANTES

(distrito de Asillo)

| COMERCIANTE DE... | TOTAL DE LLAMADAS REALIZADAS | A QUIÉN SE HACE LAS LLAMADAS | | | | | DESTINO DE LLAMADAS | | | | | MOTIVO DE LAS LLAMADAS | | | | |
|----------------------|------------------------------------|------------------------------|-----------------------|---------|--------|----------|---------------------|------|-------|----------|----------|------------------------|--------|--|--|--|
| | | AMIGO | PROVEEDOR/ CLIENTE | FAMILIA | ASILLO | AZANGARO | JULIACA | PUNO | CUSCO | AREQUIPA | FAMILIAR | NEGOCIO | SOCIAL | | | |
| Abarrotes | 08 | 4 | 0 | 6 | 7 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 4 | 2 | | | |
| Ropa | 11 | 3 | 1 | 6 | 4 | 3 | 2 | 1 | | | 8 | 2 | 1 | | | |
| Zapatos | 10 | 3 | 2 | 5 | 6 | 1 | 3 | | | | 5 | 4 | 1 | | | |
| Frutas | 10 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 5 | 3 | 2 | | | |
| Verdura | 7 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | | | | 2 | 2 | 5 | | | |
| Ropa | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 1 | | | | 4 | 1 | | | | | |
| Abarrotes | 7 | 3 | 1 | 3 | 4 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 4 | 2 | | | | |
| Abarrotes | 6 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | | | 3 | 3 | | | | |
| Frutas | 8 | 1 | 2 | 5 | 6 | 1 | 1 | | | | 5 | 3 | | | | |
| Verduras | 7 | 1 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | | | | 2 | 5 | | | | |
| Charky/chalón | 9 | 3 | 1 | 6 | 7 | | | 3 | | | 6 | 1 | 3 | | | |
| TOTAL | 88 | 27 | 16 | 48 | 53 | 12 | 16 | 6 | 1 | 2 | 33 | 31 | 27 | | | |

SECTOR: PRODUCTOR AGROPECUARIO
(distrito de Asillo)

| PRODUCTOR DE | COMUNIDAD/ PARCIALIDAD | A QUIÉN SE HACE LAS LLAMADAS | | | | | DESTINO DE LLAMADAS | | | | | MOTIVO DE LAS LLAMADAS | | | | |
|--------------|---------------------------|------------------------------|-------------------|------------------|------|--------|---------------------|---------|------|-------|----------|------------------------|------|---------------|--------|---|
| | | AMIGO | COMP./ CLIENTE | TÉC. VETERIN. | FAM. | ASILLO | AZÁNGARO | JULIACA | PUNO | CUSCO | AREQUIPA | FAM. | NEG. | AT. MÉDICA | SOCIAL | |
| Queso | Progreso | | 6 | | | 3 | 1 | 1 | | 1 | | | | | | 6 |
| Vacuno | Progreso | 1 | | 3 | 2 | 6 | | | | | 2 | 1 | | | 3 | |
| Vacuno | Accopata | 3 | | 4 | 4 | 6 | 1 | | | | 1 | 3 | | | 3 | |
| Vacuno | Accopata | 3 | | 5 | 5 | 7 | 1 | | | | 5 | 2 | | | 1 | |
| Vacuno | Pucachupa | 6 | | 3 | 1 | 4 | | 3 | | 3 | | | | 3 | 7 | |
| Vacuno | Pucachupa | 3 | | 1 | 2 | 6 | | | | | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | |
| Queso | Ñawpapamp | 2 | | 4 | 4 | 6 | | | | | 1 | 5 | | | | |
| Vacuno | Ñaupapamp | | 2 | | 3 | 4 | 1 | | | | 2 | 3 | | | | |
| Ovinos | Pusocuni | 2 | | 3 | 3 | | 5 | | | | | | | | 5 | |
| Vacuno | Pusoconi | 1 | | 1 | 2 | 4 | | | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| TOTAL | | 24 | 8 | 8 | 26 | 9 | 9 | 4 | 4 | 1 | 13 | 28 | 8 | 14 | | |

SECTOR: PRODUCTOR AGROPECUARIO
(distrito de Taraco)

| PRODUCTOR DE | COMUNIDAD/ PARCIALIDAD | A QUIÉN SE HACE LAS LLAMADAS | | | | | DESTINO DE LLAMADAS | | | | | MOTIVO DE LAS LLAMADAS | | | | | |
|--------------|---------------------------|------------------------------|-------------------|------------------|------|--------|---------------------|---------|------|------|----------|------------------------|----------------|---------------|--------|----|----|
| | | AMIGO | COMP./ CLIENTE | TÉC. VETERIN. | FAM. | TARACO | HUANCANÉ | JULIACA | PUNO | LIMA | AREQUIPA | FAM. | NEG./ TRAB. | AT. MÉDICA | SOCIAL | | |
| Ganado | Jasana | 2 | | | 6 | 7 | | | | | 1 | | | | 6 | 2 | |
| Leche | Taraco | 1 | | | 6 | 4 | | | | 2 | | | | 1 | 5 | 1 | 1 |
| Queso | Taraco | | 5 | | 2 | 5 | | | | 2 | | | | | 1 | 6 | |
| Queso | Sacasco | 4 | | | 4 | 8 | | | | | | | | | 1 | 3 | 4 |
| Leche | Collana | 3 | | | 5 | 5 | | | 1 | | 2 | | | 4 | 3 | 3 | 1 |
| Ganado | Sacasco | 1 | | | 7 | 5 | | | | 2 | | | | | 6 | | 2 |
| Leche | Ramis | 2 | | | 5 | 5 | | | 1 | | 1 | | | 4 | 1 | | 2 |
| Queso | Jasana | 2 | 4 | | 3 | 6 | | | | 2 | | | 1 | | | | |
| Queso | Jasana | 2 | | | 6 | 8 | | | | | | | | 2 | 5 | | 1 |
| Leche | Taraco | 4 | | | 5 | 7 | | | | 2 | | | | 5 | 1 | | 3 |
| TOTAL | | 21 | 9 | | 49 | 60 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 34 | 22 | 14 |

CUADRO DE LLAMADAS RECIBIDAS
SECTOR: COMERCIANTES
 (distrito de Asillo)

| COMERCIANTE DE... | TOTAL DE LLAMADAS REALIZADAS | DE QUIÉN SE RECIBE LAS LLAMADAS | | | | DESTINO DE LLAMADAS | | | | | | MOTIVO DE LAS LLAMADAS | | | |
|----------------------|------------------------------------|---------------------------------|-----------------------|-----------|-----------|---------------------|----------|----------|----------|-----------|-----------|------------------------|----------|----------|--|
| | | AMIGO | PROVEEDOR/ CLIENTE | FAMILIA | ASILLO | AZÁNGARO | JULIACA | PUNO | CUSCO | AREQUIPA | FAMILIAR | NEGOCIO | SOCIAL | | |
| Abarrotes | 4 | | 2 | 2 | 4 | | | | | | | 2 | 1 | 1 | |
| Zapatero | 6 | | 2 | 4 | 4 | 1 | 1 | | | | | 3 | 3 | | |
| Abarrotes | 7 | 2 | | 5 | 5 | 1 | 1 | | | | | 1 | 4 | 2 | |
| Panadería | 6 | 3 | | 3 | 5 | 1 | | | | | | 1 | 4 | 1 | |
| Papa | 6 | | 2 | 4 | 5 | 1 | | | | | | 2 | 3 | 1 | |
| Carne | 6 | | 4 | 2 | 6 | | | | | | | 1 | 5 | | |
| Combustible | 7 | 2 | 2 | 3 | 6 | | 1 | | | | | 2 | 5 | | |
| Gas | 5 | | 2 | 3 | 5 | | | | | | | 1 | 4 | | |
| Ferretería | 6 | 2 | 1 | 3 | 5 | | 1 | | | | | 1 | 3 | 2 | |
| Heladería | 5 | 1 | 2 | 2 | 5 | | | | | | | 1 | 2 | 2 | |
| Total | 58 | 10 | 17 | 31 | 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 15 | 34 | 9 | 9 | 9 | |

SECTOR: PRODUCTOR AGROPECUARIO
(distrito de Asillo)

| PRODUCTOR DE | COMUNIDAD/ PARCIALIDAD | DE QUIÉN SE RECIBE LAS LLAMADAS | | | | DESTINO DE LLAMADAS | | | | | | | MOTIVO DE LAS LLAMADAS | | |
|--------------|---------------------------|---------------------------------|-------------------|------------------|------|---------------------|----------|---------|------|-------|----------|------|------------------------|---------------|--------|
| | | AMIGO | COMP./ CLIENTE | TÉC. VETERIN. | FAM. | ASILLO | AZÁNGARO | JULIACA | PUNO | CUSCO | AREQUIPA | FAM. | NEG. | AT. MÉDICA | SOCIAL |
| Vacuno | Cealapampa | 4 | | | 4 | 6 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | | 6 |
| Vacuno | Cealapampa | 2 | | | 6 | 7 | | 1 | 1 | | | 1 | 1 | | 6 |
| Vacuno | Huanuhuata | 5 | | 1 | 2 | 6 | 1 | 1 | | | 1 | 2 | | | 5 |
| Vacuno | Huanuhuata | 1 | | | 6 | 7 | | | | | 2 | 3 | | | 2 |
| Vacuno | Molino Isla | 1 | | | 5 | 6 | | | | | 4 | 1 | | | 1 |
| Queso | Molino Isla | | 3 | | 2 | 5 | | | | | 1 | 4 | | | |
| Queso | Chana | 1 | 4 | | 2 | 5 | 2 | | | | 2 | 5 | | | |
| Queso | Chana | 3 | 2 | 1 | | 4 | 1 | | | | 1 | 4 | | | 1 |
| Queso | Suchicapilla | | 3 | | 2 | | | | | | 1 | 4 | | | |
| Queso | Suchicapilla | | 2 | | 3 | 5 | | | | | 2 | 11 | | | 1 |
| TOTAL | | 17 | 14 | 2 | 32 | 52 | 5 | 3 | | | 16 | 36 | | | 22 |

SECTOR: PRODUCTOR AGROPECUARIO
(distrito de Taraco)

| PRODUCTOR DE | COMUNIDAD/ PARCIALIDAD | DE QUIÉN SE RECIBE LAS LLAMADAS | | | | DESTINO DE LLAMADAS | | | | | MOTIVO DE LAS LLAMADAS | | | | | |
|--------------|---------------------------|---------------------------------|-------------------|------------------|------|---------------------|----------|---------|------|------|------------------------|------|------|---------------|--------|----|
| | | AMIGO | COMP./ CLIENTE | TÉC. VETERIN. | FAM. | TARACO | HUANCANÉ | JULIACA | PUNO | LIMA | AREQUIPA | FAM. | NEG. | AT. MÉDICA | SOCIAL | |
| Ganado | Jasana | 1 | | | 8 | 4 | | 4 | 1 | | | | 6 | 1 | | 2 |
| Leche | Taraco | 2 | 4 | | 3 | | | 7 | 1 | | | | 1 | 6 | | 1 |
| Queso | Taraco | 3 | | | 7 | 8 | 1 | 1 | | | | | 5 | 1 | | 4 |
| Queso | Sacasco | | | | 10 | 9 | | 1 | | | | | 5 | 1 | | 4 |
| Leche | Collana | 1 | | | 6 | 5 | | | | 2 | | | 5 | 1 | | 1 |
| Ganado | Sacasco | 2 | 1 | | 5 | 6 | | 2 | | | | | 4 | 2 | | 2 |
| Leche | Ramis | 1 | 3 | | 4 | 5 | | 1 | | | 1 | | 3 | 1 | | 4 |
| Queso | Jasana | 2 | 2 | | 5 | 7 | | 1 | 1 | | | | 7 | 1 | | 1 |
| Queso | Jasana | 1 | 2 | | 5 | 5 | | 2 | | | 1 | | 5 | 1 | | 2 |
| Leche | Taraco | 3 | | | 5 | 8 | | | | | | | 4 | 2 | | 2 |
| TOTAL | | 16 | 12 | | 58 | 55 | 1 | 19 | 3 | 2 | 2 | | 45 | 17 | | 23 |

3.4 ESTRATEGIAS CONTINGENTES DE COMUNICACIÓN

La comunidad de Huarahuarani – San Antonio, que pertenece a la zona noreste del distrito de Asillo, y la de Curani, en la zona suroeste del mismo distrito, se encuentran asentadas en una especie de hoyada, flanqueadas por cerros que impiden una adecuada cobertura de la señal de telefonía móvil. Aun así, casi todas sus familias cuentan con aparatos de celular, y para comunicarse utilizan estrategias contingentes, como la de pactar días y horas específicos. Este es el caso, por ejemplo, de Evaristo. Una de sus hijas vive en Lima y acordaron comunicarse dos veces por semana: Evaristo la llama los domingos desde Asillo, a donde acude siempre a la feria, y su hija lo hace los miércoles a las once de la noche, para lo cual Evaristo, su esposa y el resto de sus hijos suben al cerro a la espera de la llamada.

Cuando prima la necesidad de comunicación, se encuentran otras estrategias. Por ejemplo, si una persona vive en Lima, Arequipa o Puno y desea urgentemente comunicarse con sus familiares que viven en esas comunidades, llama a la radio emisora Surupana, de la ciudad de Azángaro, a fin de que esta “rebote” el aviso a los interesados que, una vez al tanto, acuden a la cima del cerro a esperar la llamada. Esta forma de comunicación implica estar pendiente de una radioemisora, o en su defecto “pasar la voz” en caso el interesado no haya podido escuchar el aviso de la radio.

[...] aquí todos sabemos, si alguien escucha aviso, al toque comunica, tiene que avisar, entonces ya subimos arriba, allá a la punta y nos comunica. Por eso escuchamos radio [...]. (Evaristo, comunidad de Huarahuarani – San Antonio, distrito de Asillo)

Por otro lado, muy pocas familias recargan regularmente sus celulares. Si se presenta alguna emergencia, alquilan los celulares de otros o usan el servicio móvil público que ofrecen algunas tiendas. Hemos constatado que muchas de las personas que hacen uso de esos medios se cuidan escrupulosamente de no hablar más de un minuto para no tener que pagar más de cincuenta céntimos. Por eso, esas comunicaciones suelen ser concisas, casi “telegráficas”, o pueden consistir en pedir a la otra persona que devuelva la llamada.

Una mañana, un joven solicitó hacer uso del celular de una de las tiendas que alquilan este servicio en la comunidad de San Miguel. Luego de dictarle el número del celular de destino, le dijo a la dueña que le avisara segundos antes de que se cumpliera el minuto de llamada y que, si no lo hacía, no reconocería el pago. La mujer tomó su cronómetro y al notar que el joven conversaba animadamente, consideró impertinente interrumpirlo. Por ello, tomó el cronómetro, cuyos dígitos se notaban a la distancia, y se lo enseñó al joven. Al verlo, este interrumpió bruscamente la llamada, no sin antes gritar a su interlocutor que le devolviese la llamada.

Otro de los problemas que enfrentan las familias de estas comunidades es la falta de energía eléctrica, lo que impide, entre otras cosas, recargar con regularidad la batería de sus celulares. Cuando esta se agota, tienen que trasladarse a la ciudad de Asillo a fin de realizar la recarga. Varias tiendas ofrecen el servicio de recarga de baterías a precios que oscilan entre el 1.50 y 2 soles la recarga, lo mismo que se cobra por una hora de acceso a Internet.

Así, a pesar de las estrategias utilizadas por la población para sacarle provecho a la telefonía móvil, esta constituye un gasto significativo para las familias más pobres, no solo por las llamadas sino también por la batería que hay que recargar. Por ello, la población vive pendiente del estado de la batería.

[...] tenemos que cuidar [...] para que no se acabe la batería. A veces mis hijos juegan y lo gastan la batería. Por eso, a veces ya lo oculto [al celular]. Si no, ¿cómo me comunicaría con mi hija? (Fulgencio, comunero de Huarahuarani – San Antonio, distrito de Asillo).

3.5 EL USO LÚDICO

La falta de energía eléctrica en muchas de las comunidades de Asillo y el carácter de la actividad ganadera contribuyen a la soledad y aislamiento de las personas. Ello hace que la población se agencie de diversas maneras para que el paso del tiempo se haga llevadero. En ese sentido, la radio desempeña un papel importante no solo como medio de información, sino también de distracción. Algunas viviendas cuentan con televisión, pero como ya dijimos, su uso no puede ser prolongado porque dependen de baterías.

Desde que apareció el celular en esas comunidades, este aparato se ha convertido también en una distracción. Son particularmente los niños los que hacen uso de los juegos, en grupo. Los padres perciben que lo utilizan de manera excesiva y descontrolada. Como consecuencia, la batería se desgasta. En tal sentido, muchos padres optan por ocultar los terminales.

Los jóvenes también utilizan el celular con fines lúdicos, como nos lo admitieron los del último año del colegio secundario de Taraco. Si bien es cierto que muy pocos cuentan con él, los que sí lo hacen nos contaron que no lo usan para comunicarse, sino más bien para escuchar música y bajar información de Internet. Ninguno dijo tener crédito para efectuar llamadas, pero sí reciben llamadas de sus padres.

- No usamos para llamar, solo para escuchar música.
- ¿Y por qué no llaman si el celular es para llamar?
- Porque cuesta las tarjetas. Solo es para jugar, escuchar música.
- ¿Pero reciben llamadas?
- Sí, no mucho, solo nuestros papás nos llaman, porque ellos están en el campo y nosotros solo vamos los sábados y domingos, entonces cualquier cosa nos llaman. A veces para mandar cualquier cosita.

(Conversación con alumnos del colegio secundario de Taraco)

Durante nuestra estadía en el colegio de Taraco, observamos que los jóvenes conversan sobre los juegos y sobre el almacenamiento de información, música y fotografías que ofrece el terminal. Se reúnen durante el recreo y compiten entre sí con los juegos del celular.

Llegamos a cierto grado de confianza con un grupo de jóvenes. Algunos tenían celulares “de marca”, con MP3 y cámaras filmadora y fotográfica. El interés de los jóvenes en esos celulares giraba en torno a estas tres funciones. Para otros, el celular solo sirve para escuchar música.

Por otro lado, estos jóvenes conocen muy bien las diversas funciones, marcas y precios de los celulares y las formas informales de adquirirlos. Así, por ejemplo, en una de nuestras conversaciones, les contamos que deseábamos tener un celular con cámara filmadora y MP3, pero que no teníamos suficiente dinero para adquirirlo. Nos dijeron que eso no era un problema, que ellos nos lo podían conseguir a mitad de precio en la “cachina” de Juliaca. Nos sugirieron entonces comprar un Sony Ericsson porque “son los mejores” y “los últimos”, asegurándonos que nos lo podían conseguir a 150 soles y diciéndonos que, aunque en la “cachina” prima la estafa, había personas “confiables”. Les preguntamos entonces si de esa manera habían adquirido sus celulares. Nos dijeron que sí, que de otro modo no tendrían celular, porque es muy caro. Entonces, les preguntamos por qué no compraban celulares más baratos, si lo que uno busca en estos aparatos es un medio de comunicación. Nos respondieron que eso era lo que menos les interesaba, que ellos querían escuchar música y usarlo como USB y como cámara fotográfica.⁶⁹ En tal sentido, queda claro que lo que mueve a los jóvenes con relación al teléfono celular es el uso lúdico.

3.6 LAS RELACIONES “DESTERRITORIALIZADAS”

En la actualidad, la vida de la población ya trasciende las “fronteras” de la comunidad o del distrito, y en ese proceso cumple un papel trascendental la telefonía móvil: basta marcar un número para saber lo que pasa en Lima, Arequipa, Cuzco o Puno.

Se trata de un elemento más del proceso de globalización, en tanto reduce las fronteras convencionales. Es cierto que este proceso es tan antiguo como el propio ser humano. Sin embargo, es la rapidez con que ocurre lo que asombra. El celular permite la comunicación inmediata y, por lo tanto, acelera el proceso de inserción en comunidades globales.

Es bueno [el celular] porque ya sabemos al toque lo que pasa en cualquier sitio. Si quieres llamas y te enteras al toque. Antes no era así. Si se moría tu abuelita, te enterabas después de un mes, ya cuando la habían enterrado, ahora no. Por ese lado sí está bueno. Enantes [sic] no más me ha llamado de Lima mi hijo y me ha dicho que está mal y que va a entrar a una clínica para que

69. El equipo celular se conecta a la computadora a través de un cable USB. La memoria USB es un dispositivo de almacenamiento utilizado para guardar información.

lo operen. Entonces ya me enteré y ya puedo juntar mi platita para viajar. Por eso, es bueno a veces, a veces no también [...]. (Zenón, centro poblado de Progreso, distrito de Asillo)

Antes para enterarse sobre un asunto familiar tenían que ir hasta el mismo lugar y gastabas dinero y tiempo también. Ahora no, basta marcar el número y en segundos te enteras lo que ha pasado con tus familiares. (Severo, comunidad de Ñaupapampa, distrito de Asillo)

El principal valor que se le otorga al celular, según pudimos concluir, es el hecho de que permite salvar el tiempo y las distancias. Es cierto que, como todo fenómeno nuevo, levanta suspicacias. Sin embargo, todo esto pasa a un segundo plano porque se ha vuelto imprescindible.

Una mañana conversaba con Jhon, sentados ambos al borde de la vereda al frente de su tienda. El intenso frío que hacía bajo la sombra lo había obligado a salir a la calle en busca de los tibios rayos de sol de aquella mañana. De rato en rato se frotaba las manos comentando el descenso de la temperatura. Apuntando con un dedo, señalaba un charco de agua que se había congelado bajo la sombra. “Aun cuando hay sol, ese agua va seguir congelada todo el día”, aseguró.

En ese momento, un hombre se nos acercó. Tenía facha de campesino y una actitud temerosa. Casi sin dejarse entender le pidió a Jhon que le vendiese un lapicero. Este ingresó a la tienda, salió con el lapicero y se lo entregó. Luego el hombre le pidió que le escribiera algo. Revisamos el papel y nos dimos cuenta de que era un formulario de giro del Banco de la Nación. Entendimos entonces que lo que quería aquel hombre era que llenáramos sus datos y el del familiar a quien realizaría el giro.

Jhon tomó el lapicero y el papel y le preguntó al hombre cómo se llamaba:

—Fulgencio Huayta Curo —respondió.

Seguidamente le pidió el nombre de su hija.

—Yene Huayta Camisari.

Jhon dudó de la forma de escribir ese nombre, por lo que le pidió al hombre que lo deletreara. Fulgencio volvió a pronunciar:

—Je-ne.

— No creo que sea Yene —replicó Jhon.

Fulgencio comenzó también a dudar, por lo que Jhon sugirió.

—Si tiene el número de su celular, ¿por qué no la llamas y le preguntas?

Fulgencio se llevó la mano al bolsillo, sacó su celular y se lo alcanzó a Jhon, pidiéndole que fuera él quien llamara porque tenía problemas de visión. Entonces Jhon tomó el aparato y buscó el número.

“Haytá” —dijo Jhon, alcanzándole el celular a Fulgencio. Este, sin embargo, le pidió que llamase con su propio celular, puesto que el suyo no tenía crédito. Jhon tomó entonces su celular, marcó el número y se lo pasó a Fulgencio. Pero este último no quiso conversar. Jhon tomó nuevamente el celular y llevándose al oído, conversó. Le pidió a la hija de Fulgencio que deletrease su nombre, explicándole que su padre iba a depositar un dinero a su nombre en el Banco de la Nación. Tomó un papel y escribió: Yeny.

Entonces le contó a Fulgencio que el nombre que él le había dictado estaba mal pronunciado y le sugirió que de ahora en adelante recordase bien cómo se escribía el nombre de su hija. Le recalcó que no era “Yene”, sino “Yeny con y al final”.

Corrigió entonces el formulario y le dijo que fuera al banco a depositar el dinero. Fulgencio tomó el papel y se dirigió apresurado al lugar.

Después de un instante, Fulgencio regresó con el *voucher* del depósito en la mano. La cajera le había sugerido que llamara inmediatamente a su hija para comunicarle sobre el depósito y para decirle que se acercara rápido a alguna oficina del banco a retirarlo y a comprobar que todo estuviese bien. La idea de la cajera era corregir cualquier posible error lo antes posible.

Entonces, Fulgencio le pidió nuevamente a Jhon que marcara el número de su hija, pero en este caso fue él quien habló. Se alejó de nosotros y a la distancia escuchamos que le pedía a su hija que se acercara al banco a retirar los 800 soles que le había depositado y que inmediatamente le comunicara si todo había salido bien. Insistía en que la comunicación fuera inmediata, porque una vez de regreso a su comunidad, volver a hacerlo le sería difícil. Fulgencio cortó la llamada y se sentó con nosotros al borde de la vereda. Le preguntó a Jhon cuánto le debía y este le contestó que eran tres nuevos soles. Fulgencio llevó su mano al bolsillo y sacó las monedas.

Por otro lado, hemos constatado que se valora a la telefonía móvil por los cambios que produce en el ámbito personal. Mucha gente nos ha comentado que con el celular perdió el temor a hablar.⁷⁰ En efecto, en nuestras observaciones hemos visto que la población asume una posición pasiva y a veces sumisa con las autoridades. Uno de nuestros entrevistados nos confesó que temía relacionarse con los funcionarios del municipio o con los empleados de algunas instituciones, pero que con el celular ese temor había desaparecido, no sabía por qué. Advertimos que el celular permite una relación impersonal, en la que no hay un vínculo tangible entre el emisor y el receptor; el aparato se convierte así en un medio que permite relacionarse sin “mirarse la cara”, lo que al parecer disipa el miedo a hablar.

Si ves a un campesino entrar al municipio, ni siquiera pueden caminar porque tienen miedo, recelo. Pero por celular gritan y hasta en quechua hablan [...]. (Raúl, trabajador del municipio de Asillo)⁷¹

70. Aunque el efecto de desinhibición en línea ha sido teorizado para la comunicación mediada por computadora, puede ser aplicado también a la comunicación a través de móviles.

71. Bourricaud (1967) relata que las relaciones de los indígenas con las autoridades se daban en castellano. El hecho de hablar con las autoridades en quechua representa un cambio importante respecto de las relaciones tradicionales (aquellas previas a la reforma agraria de 1968).

3.7 MITOS Y MIEDOS ALREDEDOR DE LA TELEFONÍA MÓVIL

Un rumor fuerte recorría la población cuando llegamos a Asillo. Se decía que los campesinos recibían llamadas anónimas o a nombre de la Telefónica en las que se les pedía depositar dinero en una cuenta bancaria como contraparte del sorteo de motos que la empresa de teléfonos realizaba, en el que habían salido ganadores.⁷² También se escuchaba de incursiones de personas extrañas en las comunidades campesinas que terminaban en robos de viviendas, y de enfermedades, como el cáncer, supuestamente provocadas por el uso del celular.

Esta situación nos obligó a presentarnos ante las autoridades a fin de explicarles los motivos de nuestra estadía en Asillo y solicitarles las facilidades del caso. A pesar de ello, surgió una profunda desconfianza hacia nosotros. No pocos nos acusaban de ser infiltrados del gobierno, de trabajar para los intereses de la Telefónica o de haber sido enviados por los chilenos para estudiarlos.⁷³

El hecho de ser el celular un aparato pequeño e inalámbrico es motivo de asombro entre la población, lo mismo que la comunicación instantánea. Múltiples imágenes se forman alrededor de este aparato: desde un espacio que se vuelve ilimitado, hasta un tiempo que se acorta. Como nos han dicho, en cuestión de segundos te enteras de lo que pasa más allá de las fronteras.

Una mañana comíamos pescado frito en uno de los puestos de comida de la feria de Progreso. Era la semana previa a la movilización que realizarían los regantes de la zona de riego para exigir al municipio de Asillo un presupuesto especial para refaccionar del canal de irrigación. La gente comentaba los pro y los contra de dicha movilización.

Dos hombres compartían con nosotros la mesa. Llevándose a la boca trozos de pescado frito y chuño, hacían comentarios a favor de la movilización. Uno de ellos se mostraba más exaltado y, casi pretendiendo que todos lo escucharan, hablaba sobre la responsabilidad del alcalde, quien —según él— había prometido autorizar ese presupuesto, sin considerar lo que opinaba otro sector de la población, que ni siquiera tenía agua.

En ese momento apareció un amigo suyo, trayendo entre las manos un periódico y una copia de la ley 1015 que trata sobre las comunidades campesinas. Entonces, el hombre del que hablábamos se los pidió prestados. Este último se los alcanzo, mientras vociferaba: “Alan García nos está jodiendo, ahora quiere vender las tierras de las comunidades, todo quiere vender, ya nos jodimos”.

72. Escuchamos de muchas personas que la ciudad de Juliaca se ha convertido en una ciudad insegura, que los delincuentes utilizan artimañas inimaginables para asaltar a sus ocasionales “víctimas”, como colocar disimuladamente un trozo de pita en el hombro del potencial asaltado. Según Luque, ello es una señal que usan los delincuentes, pues cuando el “marcado” continúa su marcha, es asaltado por los compinches de quien colocó la marca. Otra modalidad, refiere, son las llamadas por celular en las que el que hace la llamada se hace pasar por un amigo o pariente que comunica que alguien conocido ha sufrido un accidente. En cuanto la persona a quien se le ha avisado esto aparece en el lugar de los hechos, es asaltada por los delincuentes.
73. La idea de que los chilenos se quieren apoderar de las tierras y aguas de las comunidades es común en esta parte del país.

Ojeando la ley, el hombre que la tenía ahora decía igualmente: “No sé qué quiere ese señor, todo lo quiere vender... Dice que en Lima ya todo es de los chilenos, farmacias, tiendas y bancos. Ya estamos jodidos. Todo lo está vendiendo. Incluso dice que el cerro donde está la antena de los celulares es de esa empresa, ya no es de nosotros. Carajo, cómo va hacer esto”.

El susodicho se refería a la antena que la empresa Movistar había colocado en la cima del cerro Calvario. “Con eso ya nos ha vendido, todo es de los chilenos. Hasta cuando hablamos con celular, ya todo están escuchando, para eso se han metido con esos celulares...”.

La gente que compartía la mesa lo escuchaba casi sin interrumpirlo, sus rostros asentían en señal de aprobación.

“Dice que también da cáncer, porque todo es radioactividad y produce cáncer. De eso ni sabemos, pero ya nos están vendiendo”.

Dicho esto, se levantó del asiento, devolvió el periódico y la copia de la ley y se dirigió a la feria de ganado.

Reflexiones finales

El uso de la telefonía móvil en el área de influencia de las ferias de Asillo y Taraco es masivo. En el año 2008, cuando realizamos el trabajo de campo, constatamos que tres de cada cuatro entrevistados había utilizado el teléfono móvil por lo menos una vez en los últimos tres meses para realizar o recibir una llamada. De ahí la afirmación de los entrevistados: “Todos tienen celular”.

Al mismo tiempo, encontramos que algunos sienten temor hacia los teléfonos móviles o construyen imágenes estrambóticas alrededor de ellos. Así, se dice que el celular es “obra del diablo” o de los “gringos”, pues a través de él “saben lo que hacemos” o “nos estudian”. Se dice también que mata porque atrae el rayo o que genera enfermedades como el cáncer. Por último, se dice que el celular facilita los robos y las estafas. Pero, junto con esos temores e ideas, se encuentra el enorme poder de la comunicación: al final, lo que más importa es estar en contacto con el hijo que estudia en Puno o con aquel que se fue a trabajar a La Rinconada.

El celular, aun siendo un aparato de reciente introducción en los distritos estudiados, constituye ya uno de los motores que mueve a la población. La gente siente su impacto, en primer lugar, en el ámbito familiar, luego en el social, y por último, en el económico. En lo que respecta a sus funciones, mientras los jóvenes lo usan para escuchar música, los adultos lo hacen para recibir llamadas.

Por otro lado, el principal fin de la comunicación a través del celular es el de contactar a familiares y amigos, lo que en un contexto de migración estacional cobra mucha importancia. Pero es importante destacar que las llamadas entre familiares y amigos incluyen asuntos económicos, en tanto las relaciones de parentesco en los distritos estudiados tienen mucho que ver con la vida económica.

El uso del celular para las actividades económicas varía según el tipo de actividad y su nivel de desarrollo. Los grandes productores, los comerciantes itinerantes y los técnicos veterinarios lo usan de manera intensiva, a diferencia de los pequeños y medianos comerciantes y productores. Notamos que la presencia de las personas continúa siendo primordial para la actividad comercial, y que las ferias son el espacio físico predilecto para desarrollar esta actividad.

Podemos concluir que en nuestra área de estudio, diversos factores dificultan el uso intensivo del teléfono móvil. Entre ellos se encuentran la poca asequibilidad del servicio, las escasas habilidades para manejar el aparato, y la poca confianza que se tiene en los proveedores o compradores. Además, la nula disponibilidad de servicios de valor agregado brindados a través del

móvil, ya sea por el Estado o por instituciones, limita la información relevante a la que se puede tener acceso.

Más allá de lo económico, destacamos el uso del celular en su aspecto simbólico y de entretenimiento. En el ámbito simbólico, usar uno con más funciones otorga un estatus y una imagen de modernidad. Contar con crédito también otorga prestigio.

Es notable el uso lúdico y de entretenimiento que le dan los niños y los jóvenes al celular y el hecho de que no lo usen tanto para comunicarse. Los niños juegan con el dispositivo familiar, mientras que los jóvenes lo usan mayormente para escuchar música y almacenar información. Para los jóvenes, la función comunicativa es restringida debido a la carencia de ingresos económicos propios.

Finalmente, las estrategias alternativas de acceso a la telefonía móvil muestran cuán importante es acceder a este medio de comunicación en un contexto en el que los teléfonos fijos y públicos son escasos o inexistentes, y donde la señal celular no está del todo disponible. A través de la creatividad y de estrategias en las que se articulan otros medios de comunicación —desde medios de comunicación masiva hasta la comunicación interpersonal presencial—, los pobladores rurales se sobreponen a las dificultades geográficas y de infraestructura para comunicarse.

RELACIÓN DE PERSONAS ENTREVISTADAS⁷⁴

| DISTRITO DE ASILLO | | DISTRITO DE TARACO | |
|--------------------|------------------------|----------------------|------------------------|
| NOMBRE | REPRESENTACIÓN | NOMBRE | REPRESENTACIÓN |
| José Torres | Alcalde | Naún Chipana | Gobernador distrital |
| Juan Sucari | Gobernador distrital | Fidel Medina | Regidor |
| Jesús Titi | Ger. desarrollo agrop. | Marcelino Surco | Ger. desarrollo agrop. |
| Rufo Apasa | Tco. veterinario | Ermógenes Centeno | Tco. veterinario |
| Hedy Callata | Tco. veterinario | Fredy Ambrosio | Tco. veterinario |
| Wilber Huanta | Tco. veterinario | Sabino Chuquicallata | Tco. veterinario |
| Percy Hualla | Tco. veterinario | Edison Quispe | Tco. veterinario |
| Felipa Mamani | Profesora | Jesús Mamani | Tco. veterinario |
| Mario Soncco | Profesor | Alex Quispe | Médico veterinario |
| Eloy Ramos | Profesor | Victoriano Quispe | Asociación agropec. |
| Nelson Alvares | Primer prop. Internet | Alfonso Mamani | Tte. gobernador |
| Fulgencio Huayta | Teniente gobernador | Julián Sacachipana | Asoc. Prod. Ganad. |
| Juan Díaz | Pte. de comerciantes | Eusebio Incahuanaco | Tte. gobernador |
| Lucio Cutipa | Ex alferado | Alipio Estofanero | Tte. gobernador |
| Edith Churqui | Comerciante | Máximo Vilca | Tte. gobernador |
| Marino Valerio | Comerciante | Silverio Pacompía | Criador |
| Juana Barbara | Comerciante | Seles Huanco | Criador |
| Esteban Cutisaca | Comerciante | Juan Medina | Criador |
| María Rodríguez | Comerciante | Vidal Machaca | Comunero Cassana |
| Teodoro Ramos | Comerciante | Reynaldo Ramos | Ganadero |
| Ricardo Ramos | Comerciante | Teofilo Mamani | Ganadero |
| Fortunata Cutipa | Comerciante | Juan Turpo | Ganadero |
| Pedro Apaza | Productor quesero | Sacarías Soca | Ganadero |
| Eloy Castillo | Poblador | Juan Sacachipana | Ganadero |
| Isaac Gutiérrez | Agente Movistar | Esteban Sucasaca | Prod. queso |
| | | Fredy Mamani | Prod. queso |

74. En el cuadro detallamos los nombres de las personas con quienes mantuvimos, más que entrevistas propiamente dichas, conversaciones prolongadas, luego de alcanzar un cierto grado de confianza. En un contexto de desconfianza fue ciertamente difícil romper el silencio. Sin embargo, creemos haber logrado conocer algo sobre ellas y sobre cómo funciona la telefonía móvil en el ámbito rural.

Bibliografía

ALTERNA PERÚ

- 2008 *Impacto en el desarrollo económico y social de la telefonía celular en la provincia de Canas*. Lima: Alterna Perú.

AMINUZZAMAN, S., H. BALDERSHEIM y J. ISHTIAQ

- 2002 *Talking back! Empowerment and mobile phones in rural Bangladesh. A Study of the Village Pay Phone of Grameen Bank*. Ciudad del Cabo (Sudáfrica): Graduate School in Humanities, University of Cape Town, International Society for Third Sector Research (ISTR) Fifth International Conference: Transforming Civil Society, Citizenship and Governance: The Third Sector in an Era of Global (Dis)Order, 7-10 de julio. Disponible en: <http://www.istr.org/conferences/capetown/volume/aminuzzam.pdf> (15/03/2009).

BAR, F. y S. URETA

- 2010 “Apropiación y uso de la telefonía móvil: revisión de la literatura”, informe final del proyecto de investigación “Comunicaciones móviles y desarrollo en América Latina”, capítulo 7.

BARRANTES, R.

- 2007 *Oportunidades móviles: pobreza y telefonía móvil en América Latina y el Caribe. El caso de Perú*. Lima: DIRSI. Disponible en: http://www.dirsi.net/files/peru_final.pdf (01/04/09).

BARRANTES, R., A. AGÜERO, H. GALPERIN y A. MOLINARI

- 2006 *Asequibilidad de los servicios de telefonía móvil en América Latina*. Lima: DIRSI. Disponible en: http://www.dirsi.net/files/finals/asequibilidad_de_los_servicios_de_telefonia_mvil_en__amrica_latina.pdf (05/03/2009).

BLOUNT, S., G. A. JANICIK

- 2001 “When plans change: examining how people evaluate timing changes in work organizations”. En *Academy of Management Review* 26: 566-585.

BN

- 2009 “Giro del banco”. Banco de la Nación. Disponible en: <http://www.bn.com.pe/nuestro-banco/giro.asp> (13/04/09).

BOURRICAUD, F.

- 1967 “Presentación de la ciudad de Puno en 1953”. En: Bourricaud, François, *Cambios en Puno: estudios en sociología andina*, cap. I, pp. 35-81. México: Instituto Indigenista Interamericano.

- CASTELLS, M., M. FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, J. LINCHUAN QIU y A. SEY
 2006 *Mobile communication and society. A global perspective*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- CHIPCHASE, J.
 2006 *Shared phone use. Future perfect blog*. Disponible en: <http://www.janchipchase.com/sharedphoneuse> (14/04/09).
- DELOITTE
 2008 *Economic impact of mobile communications in Serbia, Ukraine, Malaysia, Thailand, Bangladesh and Pakistan*. Disponible en: http://www.telenor.co.yu/media/TelenorSrbija/fondacija/economic_impact_of_mobile_communications.pdf (18/02/2009).
- DONNER, J.
 2006 “The use of mobile phones by microentrepreneurs in Kigali, Rwanda”. En *Information Technologies and International Development* 3 (2).
 2008 “Research approaches to mobile use in the developing world: a review of the literature”. En *The Information Society* 24: 140-159.
- DEFENSORÍA DEL PUEBLO
 2006 “El desafío de la telefonía rural: una mirada desde los ciudadanos”. En *Informe Defensorial* 117. Lima: Defensoría del Pueblo.
- FAFCHAMPS, M.
 2004 *Social capital and development*. Working Paper, Oxford University. Disponible en: <http://www.economics.ox.ac.uk/Research/wp/pdf/paper214.pdf> (21/8/11).
- FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, M., H. GALPERIN y M. CASTELLS, eds.
 2011 *Comunicación móvil y desarrollo económico y social en América Latina*. Madrid: Ariel y Fundación Telefónica.
- FITEL
 2009 “Fondo de Inversión en Telecomunicaciones”. Disponible en: <http://www.fitel.gob.pe/contenido.php?ID=36> (14/04/09).
- FROST & SULLIVAN
 2006 *Social impact of mobile telephony in Latin America*. GSM Latin America, AHCIET. Disponible en: <http://www.gsmlaa.org/files/content/0/94/Social%20Impact%20of%20Mobile%20Telephony%20in%20Latin%20America.pdf> (28/04/09)
- GALPERIN, H. y J. MARISCAL
 2007 *Oportunidades móviles: pobreza y telefonía móvil en América Latina y el Caribe*. Lima: DIRSI. Disponible en: http://www.dirsi.net/files/regional/REGIONAL_FINAL_spanish.pdf (01/04/2009).

- GOFFMAN, E.
1981 *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- GOLTE, J.
1999 “Redes étnicas y globalización”. En *Revista de Sociología* 11 (12): 55-79. Disponible en: <http://cholonautas.edu.pe/modulo/upload/golte3.pdf> (01/03/2009).
- GOODMAN, J.
2005 “Linking mobile phone ownership and use to social capital in rural South Africa and Tanzania”. En Coyle, D., ed., *Africa: the impact of mobile phones*. Newbury: Vodafone.
- HEEKS, R.
2009 *Beyond subscriptions: actual ownership, use and non-use of mobiles in developing countries, ICTs for development*. Disponible en: <http://ict4dblog.wordpress.com/2009/03/22/beyond-subscriptions-actual-ownership-use-and-non-use-of-mobiles-in-developing-countries/> (16/03/09).
- INEI
2010 “Último reporte de TICs”. Lima: INEI.
- JAGUN, A., R. HEEKS y J. WHALLEY
2007 *Mobile telephony and developing country micro-enterprise: a Nigerian case study*. Manchester: IDPM, University of Manchester, Developing Informatics Working Paper Series 29.
- JENSEN, R.
2007 “The digital provide: information (technology), market performance, and welfare in the South Indian fisheries sector”. En *The Quarterly Journal of Economics* 122 (3): 879-924.
- KALBA, K.
2007 *The adoption of mobile phones in emerging markets: global diffusion and the rural challenge*. Los Ángeles: University of Southern California, Center for Telecom Management Marshall School of Business, 6th Annual Global Mobility Roundtable 2007, 1-2 de junio. Disponible en: <http://www.marshall.usc.edu/assets/006/5577.pdf> (18/03/09).
- KATZ, J. y S. SUYGIYAMA
2005 “Mobile phones as fashion statements: the co-creation of mobile communication’s public meaning”. En Ling, R. y P. Pedersen, eds., *Front stage-back stage: mobile communication and the renegotiation of the social sphere*. Londres: Springer: 63-81. Disponible en: <http://www.scils.rutgers.edu/ci/cmcs/publications/articles/mobile%20phones%20as%20fashion%20statements.pdf> (14/04/09).

- KATZ, J. y S. SUYGIYAMA
2006 “Mobile phones as fashion statements: evidence from student surveys in the US and Japan”. En *New Media and Society* 8 (2): 321-337.
- LEDEZMA, J. y M. E. POZO
2006 “Género, trabajo agrícola y tierra en Raqaypampa”. En Laurie, N. y M. E. Pozo, comps., *Las displicencias de género en los cruces del siglo pasado al nuevo milenio en los Andes*. Bolivia: Centro de Estudios Superiores Universitarios.
- LING, R.
2004 *The mobile connection: the cell phone's impact on society*. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann Publishers.
- MOLONY, T.
2006 “I don't trust the phone; it always lies': trust and information and communication technologies in Tanzanian micro and small enterprises”. En *Information Technologies and International Development* 3 (5): 67-83.
- MS
2007 “Requisitos Movistar postpago para personas naturales”. Movistar. Disponible en: <http://www.movistar.com.pe/default2.aspx?id=16> (15/04/09).
- MUJICA, J.
2007 *Estrategias locales de acceso a la telefonía móvil. Funciones y estructuras del mercado informal en un espacio de escasos recursos*. Lima: DIRSI. Disponible en: http://www.dirsi.net/files/youngcompetition/Mujica_esp_050308.pdf (03/03/2009).
- NADVI, K.
1999 “Shifting ties: social networks in the surgical instruments cluster in Sialkot, Pakistan”. En *Development and Change* 30 (1): 141-175.
- OEA
(s/f) *Perú: Programa No Escolarizado de Educación Inicial (PRONOEI)*. Disponible en: <http://www.oas.org/udse/english/peru.html> (08/05/09).
- OSIPTTEL
2009 *Líneas en servicio por empresa. Indicadores del servicio móvil. Información estadística de telecomunicaciones*. Lima: Organismo de Supervisión de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTTEL). Disponible en: http://www.osiptel.gob.pe/Index.ASP?T=T&IDBase=2635&P=/OsiptelDocs/GPR/EL_SECTOR/INFORMACION+ESTADISTICA/Indicadores_servicioMovil.htm# (12/05/09).

- PEDERSEN, P.
 1996 “Flexibility and networking: European and African context”. En McCormick, D. y P. Pedersen, eds., *Small enterprises: flexibility and networking in an African context*. Nairobi: Longhorn.
- 2005 *Instrumentality challenged: the adoption of a mobile parking service*. Agder University College. Disponible en: http://ikt.hia.no/perep/semoc_pep_paper.pdf (07/07/09).
- PEREYRA, O.
 2003 “Más allá del mito del progreso: estrategias de supervivencia y movilidad social en familias aymaras del altiplano puneño”. En *Debates en Sociología* 28: 133-153.
- SOUTER, D., N. SCOTT, C. GARFORTH, R. JAIN, O. MASCARENHAS y K. MCKEMEY
 2005 *The economic impact of telecommunications on rural livelihoods and poverty reduction: a study of rural communities in India (Gujarat), Mozambique and Tanzania*. DFID –Commonwealth Telecommunications Organisation. Disponible en: http://www.ictportal.org.za/documents/d00004/9-CTO-Study_Econ_Telephony_Oct2005.pdf (01/03/2009).
- STEINBERG, J.
 2003 “Information technology and development beyond ‘either/or’”. En: *Brookings Review* 21 (2): 45-48.
- STIGLITZ, J.
 2000 “Formal and informal institutions”. En Dasgupta, P. e I. Serageldin, eds., *Social capital: a multifaceted perspective*.
- SULER, J.
 2004 “The online disinhibition effect”. En *CyberPsychology and Behavior* 7: 321-326. Disponible en: <http://www.samblackman.org/Articles/Suler.pdf> (01/03/2009).
- TRIVELLI, C., R. MORALES, F. GALARZA y G. AGUILAR
 2004 *La oferta financiera rural en el Perú. Elementos para una agenda de trabajo*. Lima: IEP.
- UIT
 2008 *Mobile Cellular Subscribers. ICT Statistics Database*. Disponible en: <http://www.itu.int/ITU-D/ICTEYE/Indicators/Indicators.aspx#> (08/05/09).
- URETA, S.
 2008 “Mobilising poverty? Mobile phone use and everyday spatial mobility among low-income families in Santiago, Chile”. En *The Information Society* 24: 83-92.
- VALCÁRCEL, Luis E
 1947 “Mercados y ferias”. En *Las Moradas: Revista de las Artes y las Letras*, vol. 1, núm. 1: 64-69. Lima.

El Instituto de Estudios Peruanos (IEP) es una institución privada sin fines de lucro creada en 1964, cuyo propósito es la investigación, la enseñanza y la difusión de los estudios sociales sobre el Perú y otros países de América Latina. Las actividades del IEP se realizan y difunden a través de investigaciones, consultorías, diagnósticos, evaluaciones, seminarios, conferencias y publicaciones. Estamos seguros de que estas actividades son esenciales para la elaboración de mejores políticas públicas, el crecimiento económico con equidad, la eliminación de las desigualdades sociales, el fortalecimiento de las instituciones democráticas, así como para el reconocimiento de la diversidad étnica y cultural del Perú.

El Instituto cuenta con un catálogo de más de 600 títulos publicados en varias series temáticas, muchos de los cuales han pasado a ser lectura obligatoria en diferentes ámbitos académicos.

En esta línea, los Documentos de Trabajo (ISSN 1022-0356) constituyen una SERIE EDITORIAL dedicada a la publicación de avances de investigación o estudios breves sobre distintos temas de las ciencias sociales y humanidades.

**Antropología • Documentos de política • Economía • Educación
Etnohistoria • Estudios de Género • Historia • Historia del arte
Lingüística • Sociología y política • Talleres IEP**



IEP Instituto de Estudios Peruanos