
La coca como “marca ciudad”: la construcción de una identidad local entre el estigma y la reivindicación

A coca como “marca cidade”: a construção de uma identidade local entre o estigma e a reivindicação

Sofía Isabel Vizcarra Castillo



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/pontourbe/5198>

DOI: 10.4000/pontourbe.5198

ISSN: 1981-3341

Editora

Núcleo de Antropologia Urbana da Universidade de São Paulo

Refêrencia eletrónica

Sofía Isabel Vizcarra Castillo, « La coca como “marca ciudad”: la construcción de una identidad local entre el estigma y la reivindicación », *Ponto Urbe* [Online], 23 | 2018, posto online no dia 28 dezembro 2018, consultado o 01 maio 2020. URL : <http://journals.openedition.org/pontourbe/5198> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/pontourbe.5198>

Este documento foi criado de forma automática no dia 1 maio 2020.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

La coca como “marca ciudad”: la construcción de una identidad local entre el estigma y la reivindicación

A coca como “marca cidade”: a construção de uma identidade local entre o estigma e a reivindicação

Sofía Isabel Vizcarra Castillo

Introducción

- 1 La imagen de un territorio puede estar asociada a diversos aspectos: su patrimonio cultural, su arquitectura, su industria cultural, entre otros. En general, se entiende que la “marca” de una ciudad (Borja and Castells 2000) sirve como una estrategia de marketing para atraer turismo y dinamismo económico, por ejemplo, campañas promoción hacia fuera que tienen impactos hacia dentro. Sin embargo, en el caso de territorios estigmatizados como violentos o peligrosos, el recurrir a la construcción de una identidad local fuerte o de una “marca ciudad” puede servir como estrategia para deshacerse del estigma o al menos comenzar a cambiar la percepción exterior que se tiene del territorio, como en el caso de ciudad Juárez (Irigoyen 2017).
- 2 ¿Cómo definirse por atributos diferentes de aquellos relacionados al narcotráfico o la violencia? ¿Cómo evitar que el simple hecho de mencionar el lugar de proveniencia genere recelo o miedo en el interlocutor? ¿Cómo, en general, librarse del estigma que vehicula cotidianamente la prensa nacional? Estas son preocupaciones que surgen espontáneamente en conversaciones con los habitantes del Valle de los ríos Apurímac, Ene y Mantaro (VRAEM) en Perú, particularmente de la ciudad de Pichari, quienes en diversas conversaciones le piden a sus interlocutores foráneos mostrar “la otra cara del VRAEM”.
- 3 El cotidiano de los habitantes de la ciudad de Pichari está marcado por la percepción de la estigmatización que hace el resto del país, particularmente por los habitantes de

Lima, la capital, quienes sólo se enteran de su existencia cuando los medios de comunicación reportan sobre algún atentado terrorista o la incautación de droga en la zona. La historia del VRAEM ha estado marcada de un sangriento conflicto armado interno, luego por su transformación en la principal cuenca cocalera del Perú y en el escondite de los remanentes del grupo terrorista Sendero Luminoso. En ese sentido, es percibido como un territorio peligroso y sus habitantes asociados al narcotráfico, el terrorismo y la violencia. A pesar de no corresponder a una división administrativa del país, la prensa ha popularizado la denominación de VRAEM y los propios habitantes han comenzado a asumir como suya esa identidad "vraína", que resulta del estigma. El territorio que comprende la zona del VRAEM puede apreciarse en la figura nº 1.

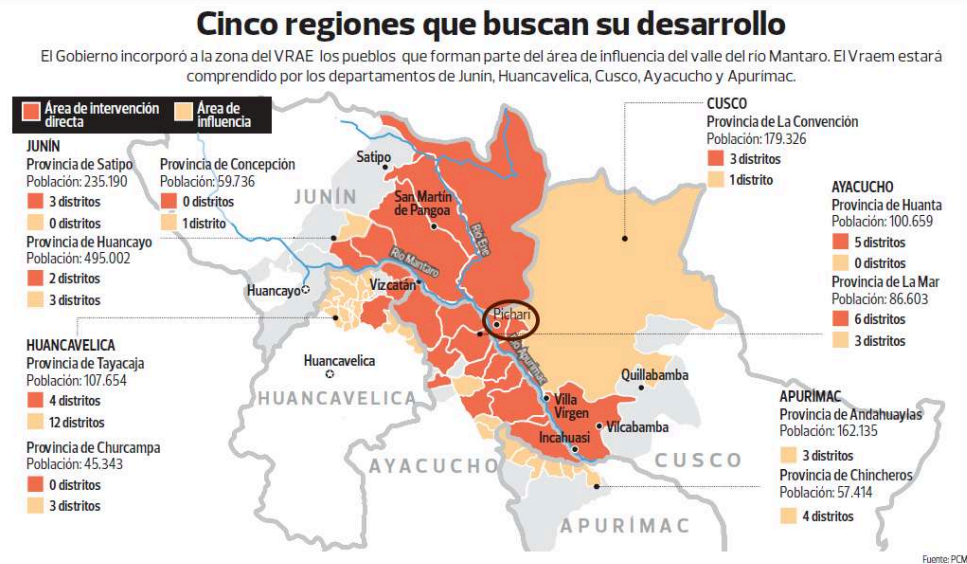


FIGURA 1: MAPA DEL VALLE DE LOS RÍOS APURÍMAC, ENE Y MANTARO (VRAEM)

Fuente: Infografía Diario El Comercio

- 4 El proceso de construcción de esta identidad local desde dentro ha estado marcada por el rechazo a la imagen que se tiene desde Lima y por la revalorización de la historia local; particularmente de un símbolo que se ha asociado al propio estigma: la hoja de coca. Al cambiar la imagen que se asocia a la hoja de coca y convertirla en parte de la marca "ciudad", las autoridades locales buscan no solo construir una identidad local diferente sino un proyecto político local que reivindica la principal actividad económica local: la producción de coca. Por tanto, el objetivo de este trabajo es exponer en un relato etnográfico de una mirada externa, el particular uso de la imagen de la coca en la construcción de la identidad local para expresar rechazo a la estigmatización territorial del VRAEM. No obstante, esto no sucede sin resultados contradictorios y ambiguos que en algunos casos perpetúan el estigma.

El estigma de un valle cocalero

- 5 En las últimas décadas en América Latina, se han desarrollado una serie de estudios sobre espacios estigmatizados por causa de la inseguridad y la violencia (Cornejo 2012; Crovara 2004; Míguez 2004; Pyszczyk 2011, 2012; Quiceno and Sanín 2009). La mayoría de estos trabajos corresponden a zonas urbanas consideradas "peligrosas" asociadas a la presencia de la delincuencia común. Estos trabajos siguen la línea de Wacquant

(2010) y Suttles (1968) al tratar de comprender cómo se van produciendo mecanismos sociales de diferenciación y estigmatización de ciertos territorios y de sus habitantes. La imagen de un territorio marca la forma en la que las personas se relacionan con dicho espacio, tanto de aquellos que lo habitan como aquellos que son extraños al mismo. La creación de un estigma en relación a determinado lugar puede generar un doble efecto negativo para los habitantes del mismo: por una parte al ser considerados como distintos de manera negativa e incluso inferiores por aquellos que los categorizan como “anormales” (Goffman 1988:13), por otra parte, puede llevar a que internalicen esta imagen (Crovara 2004:42) o que la rechacen violentamente (Goffman 1988:18).

- 6 El estigma está íntimamente relacionado con la identidad social de un grupo, ya sea real o percibida. Se entiende que esta identidad es un producto de la construcción social, por tanto no es fija ni inmutable. Además, definir el contenido de dicha identidad es una lucha constante entre aquellos que están dentro y aquellos que están fuera de determinado grupo así:

Los procesos de identificación colectiva son construcciones ideológicas que se vinculan de manera directa a la competencia entre grupos por la consecución de la hegemonía. Como afirma Pierre Bourdieu: “No hay peor desposesión ni peor privación, tal vez, que la de los vencidos en su lucha simbólica por el reconocimiento, por el acceso a un ser social socialmente reconocido, es decir, en una palabra, a la humanidad” (Crovara 2004:40)

- 7 Precisamente el estigma traduce estas relaciones de poder y transluce la hegemonía de cierto grupo sobre otros. Así, cuando se trata de la asociación de ciertos territorios a ciertas imágenes negativas, los principales mecanismos empleados son discursos políticos, científicos o mediáticos (Sibrian 2015:101). Esta no es la excepción para el caso del VRAEM, en el cual los medios de comunicación se han enfocado principalmente en cubrir los aspectos más violentos y morbosos de lo que sucede en la zona. Así, como lo señala Burgos:

[El VRAEM] es, sin duda, una zona donde desde hace más de 36 años el sufrimiento de la gente solo gana titulares cuando se produce una emboscada contra miembros de la Policía o las Fuerzas Armadas o cuando se liberan mujeres y niños secuestrados por los remantes de Sendero Luminoso (Burgos 2016).

- 8 Ello ha provocado que la mayoría de peruanos que no conocen el VRAEM, tengan la percepción de que se trata de una zona liberada, en el que reinan los narcotraficantes y los terroristas, como lo ejemplifica el extracto de una columna de opinión publicada el año pasado en un importante diario de circulación nacional:

“Los peruanos creemos cada vez menos que el valle de los ríos Apurímac, Ene y Mantaro (Vraem) es un territorio sujeto a las leyes peruanas y a la presencia del Estado Peruano. El Vraem es, por donde se le mire, una zona liberada por el terrorismo y el narcotráfico, no solo porque estos han hecho de las poblaciones civiles su escudo perfecto para operar impunemente, sino porque el Estado Peruano, sin estrategia militar, ni policial ni de inteligencia, ha cedido su control, como un regalo, a ambas organizaciones criminales.” (Paredes Castro 2017)

- 9 No obstante, la realidad en el campo parece contradecir esta imagen generalizada del VRAEM. La vida cotidiana en Pichari transcurre con total tranquilidad, tan solo el ruido de los helicópteros y el muy esporádico paso de un patrullero militar le recuerdan a los habitantes que el distrito está declarado en estado de emergencia desde hace más de 15 años. Los habitantes aseguran que es una ciudad segura, con pocos episodios delictivos (entendidos localmente como robos y asaltos) y en la cual se puede salir de noche sin preocuparse por su seguridad personal. Debo resaltar que durante todas las salidas de

campo no tuvo ningún problema de seguridad y pude transitar sin problemas tanto de día como de madrugada por las calles del casco urbano.

- 10 La ciudad de Pichari se ubica en la provincia de la Convención, departamento del Cusco en el corazón del principal valle cocalero del Perú: el Valle de los Ríos Apurímac, Ene y Mantaro (VRAEM). Este valle tiene una extensión de 20, 304 hectáreas cultivadas de hoja de coca (UNODC 2017:28). La hoja de coca que aquí se produce está principalmente destinada a la elaboración de drogas cocaínicas - pasta base, clorhidrato de cocaína - que son exportadas a distintos países como Bolivia, Brasil o Argentina - y posteriormente a los mercados del norte- por vía aérea, terrestre y fluvial. En ese sentido, a pesar de ser un enclave geográfico de difícil acceso, Pichari tiene una conexión particular con el mercado global por la vía de la economía de las drogas. Si bien los cultivos no se realizan en la ciudad sino en el distrito, es en el ámbito urbano en el que se articulan una diversidad de comercios y servicios necesarios al funcionamiento del mercado de las drogas: comercio de insumos químicos, de agroquímicos, ferreterías, entidades financieras y casas de cambio, entre otras. Además, sirve como dormitorio para varios dueños de las parcelas agrícolas - tanto de cultivos legales como ilegales- de los alrededores. A pesar de ser un núcleo urbano, uno de los principales roles de Pichari es la intermediación entre el campo y la ciudad.
- 11 El segundo boom de los cultivos de coca que conoce el VRAEM desde inicios de los años 2000 ha llevado a un crecimiento urbano y económico de la ciudad en los últimos quince años. Es probable que sin la coca, Pichari no sería lo que es ahora. Así, a pesar de ser una pequeña ciudad en la selva peruana con una población de aproximadamente 10,000 habitantes, la diversidad de servicios y comercios que allí se encuentran es comparable a algunas otras ciudades pequeñas del Perú que la duplican o triplican en escala.
- 12 La ubicación geográfica y características topográficas - suelo plano - de Pichari la han llevado a convertirse también en un uno de los principales centros del VRAEM. El Estado viene fortaleciendo su presencia en la zona desde el año 2004 con la creación del "Plan VRAEM" como parte de su estrategia de lucha contra el tráfico ilícito de drogas y los remanentes de Sendero Luminoso que aún subsisten en la zona. Esta combinación particular de presencia de narcotráfico y terrorismo, ha llevado a que el Estado refuerce tanto la presencia de las fuerzas del orden como de agencias civiles encargadas de proveer diferentes servicios a la ciudadanía. Ello significó que progresivamente Pichari se convirtiera de ser un pequeño centro poblado a ser un centro administrativo donde viven y trabajan diversos servidores públicos, comerciantes y pequeños empresarios.
- 13 Asimismo Pichari ha logrado crecer - especialmente en infraestructura urbana como pistas, veredas, semáforos, puentes y mercado, entre otros - gracias a las regalías del canon gasífero que le corresponden por estar ubicado en la misma provincia donde se encuentra el yacimiento de Camisea. El distrito ha conocido diez años de bonanza económica que ha aumentado exponencialmente el presupuesto del gobierno local. Durante esos años, la principal consigna fue gastar el dinero, generar puestos de trabajo a nivel local y pagar favores políticos. Uno de esos favores fue el apoyo del movimiento cocalero a la campaña del alcalde Edilberto Gómez (Chávez 2008) lo que explicaría, en parte, la centralidad que ha tenido el símbolo de la hoja de coca como imagen de las obras e iniciativas del gobierno local.

Una mirada externa a la identidad de la ciudad

- 14 Este artículo presenta los resultados de trabajo de campo realizado en la ciudad de Pichari¹ entre los años 2015 y 2017 a partir de la técnica de etnografía enfocada (Montes de Oca 2015:28). Esta técnica adapta el enfoque tradicional de etnografía a contextos que presentan desafíos específicos para un observador externo. Las principales diferencias entre el paradigma tradicional (Radcliffe-Brown, 1958; Geertz, 1973; Weiss, 1995) y la etnografía enfocada tienen que ver con el tipo de mirada que se tiene al momento de ir al campo, acotándolo a ciertos aspectos de la vida social y a la duración de las visitas de campo. Se usa en general cuando se hace trabajo de campo en una sociedad que comparte algunas características con la sociedad del investigador o si previamente el investigador ya tiene familiaridad con el terreno y con el lenguaje que allí se emplea.
- 15 Dado que uno de los aspectos a observar para esta investigación fueron los usos del espacio público y las festividades locales, opté por usar la etnografía urbana a fin de observar lo que sucede en la ciudad y las interacciones en este lugar. En ese sentido, es pertinente incluir la noción de circuitos (Magnani 2012:97) como categoría analítica, para esbozar una clasificación de espacios, no necesariamente contiguos, relacionados a un mismo rubro o prácticas donde circulan e interactúan actores, produciendo identidades y significados particulares. Para este caso en particular, el principal circuito observado es aquel de los espacios públicos de representación de la hoja de coca en la ciudad. La fuerza de este concepto, como señala Magnani (2014: 2-3), es que “permite conectar puntos discontinuos y distantes en el tejido urbano, sin perder con todo, la perspectiva de totalidades dotadas de coherencia [...] y de esta forma construir unidades analíticas más consistentes”. En ese sentido permite construir un conjunto coherente de lugares físicos y simbólicos a partir de los cuales observar la representación de la imagen de la hoja de coca en la ciudad.
- 16 Realicé varias salidas de campo que duraron entre 5 y 10 días. La entrada en campo fue facilitada por conocer previamente la zona desde hace cinco años y haber trabajado por un breve periodo de tiempo en un órgano público en la ciudad de Pichari. Sin embargo, mi mirada sigue siendo la de un foráneo al VRAEM, y es preciso reconocer esa posición para entender lo que se relata sobre la presencia y visibilidad de la hoja de coca en la ciudad. Soy Limeña (de la capital), mujer, joven y no soy quechua hablante – una de las principales lenguas usadas a nivel local – lo que ya supone una serie de barreras para lograr acceder los sentidos comunes de la vida social en Pichari. Existen una serie de diferencias entre quienes viven en el VRAEM y quienes lo observan, se trata de una brecha entre condiciones de vida, imaginarios y sentidos comunes sobre diversos temas, como por ejemplo en relación al narcotráfico. Lo que planteo aquí es lo que Geertz (2001:80) llama una “incursión imaginativa en una mentalidad ajena” a fin de evidenciar aquellos aspectos que pueden haber sido normalizado por los residentes locales pero que saltan a los ojos de un foráneo. Especialmente tomando en consideración que el objeto de la investigación gira en torno al estigma, entendido como un elemento relacional: que sólo puede ser vivido y observado en la relación y distancia entre lo de dentro y lo de fuera. Como lo mencionan Quiceno y Sanín, se trata de una:
- relación con el “otro” desde la diferenciación, pero una diferenciación que consiste en un des- conocimiento del “otro”, en una reducción del “otro” a una sola de sus

características reales, y en la legitimación de una forma de relacionarse con ese "otro" (Goffman, 1993, Bourdieu, 1998, Castillejo, 2000). (Quiceno and Sanín 2009:119)

- 17 La alteridad y la consciencia sobre esta alteridad es importante para intentar comprender tanto las vivencias de quienes residen ahí como para interpretar la mirada de quienes juzgan al VRAEM sin haberlo conocido. Uno de los aspectos que resalta en el cruce de estas dos miradas es la omnipresencia de la hoja de coca en la vida cotidiana de la ciudad, ya sea en afiches, monumentos y festividades. Por eso este relato etnográfico si bien trata de entender las lógicas locales, corresponde a un punto de vista externo de estos aspectos. Es justamente esta percepción la que es recogida en los cuadernos de campo que se realizaron para cada una de las salidas de campo realizadas en los meses de junio del 2015, enero, agosto y diciembre del año 2016 y julio del año 2017. La mayoría de imágenes presentadas en este trabajo provienen de mi propio archivo fotográfico incluido en los cuadernos de campo, sin embargo también se ha optado por mostrar imágenes de páginas institucionales o de prensa para ilustrar con una mejor resolución de imagen lo observado en campo. Durante estas salidas se pudo observar la vida cotidiana de la ciudad y algunos momentos festivos como la celebración de la ciudad durante el festival internacional de la coca (del 3 al 9 de agosto del 2016). Las observaciones e interacciones cotidianas con los habitantes y visitantes de la ciudad durante estos periodos me permitieron dpgmateus@gmail.com2018-12-12T00:29:00dpgmateus@gmail.com2018-12-12T00:28:00recoger lo que presento a continuación.

La coca en el espacio público

- 18 El circuito de representación de la coca en la ciudad tiene al menos dos componentes definidos. El primero corresponde a un espacio físico, la representación de la hoja de coca en el ornato de la ciudad. El segundo corresponde a un espacio simbólico: las festividades públicas y la construcción de una identidad local en torno a la hoja de coca. En ambos espacios se puede observar la presencia de la hoja de coca en la vida cotidiana de la ciudad.
- 19 La escenificación de la hoja de coca en el espacio público puede observarse en distintos espacios del casco urbano de la ciudad. Sin embargo, el principal lugar en el que se visibiliza esta puesta en escena es la plaza central de la ciudad; sabemos que en las ciudades latinoamericanas este lugar tiene un rol central al ser generalmente sede de los poderes administrativo y religioso. La plaza de Pichari no es la excepción, allí se encuentra la sede de la Municipalidad, la Iglesia principal y algunas otras instituciones públicas como la Fiscalía de la Nación, la Comisión de Desarrollo del VRAEM y el Instituto de Defensa del Consumidor, entre otros. También es el lugar en el que se ubican diversos comercios y restaurantes que funcionan todos los días de la semana, además de estar próxima a la principal zona comercial de la ciudad y ser el principal lugar de convivencia pública donde se organizan eventos sociales, políticos, campañas de salud y ferias comerciales, entre otros. En días de semana, la plaza es el punto de encuentro de familias, adolescentes y público en general que aprovecha las horas de la tarde, cuando el calor baja, para salir a pasear y disfrutar del espacio de la plaza.
- 20 La dimensiones de la misma permiten que cientos de personas se concentren allí como se observa en la fotografía n°1. Fuera del rango de la fotografía también hay un

espacio con juegos infantiles y un área verde que sirve como campo improvisado de fútbol o vóley para los habitantes locales. Es, por tanto, un punto importante para la vida social de la ciudad.



Fotografía : Vista Panorámica de la Plaza de Pichari

Fuente: Blog <http://desarrollosocialpichari.blogspot.com.br/2011/12/municipalidad-de-pichari-impulsa.html>

- 21 En la plaza, frente a la iglesia y a la municipalidad, se encuentran el paseo de hojas de coca. Cada uno de los lados del paseo simboliza el día (09 hojas) y el mes (08 hojas) del aniversario de Pichari. Como se observa en la fotografía n°2, este paseo forma parte del ornato principal de la plaza y es difícil evitar notarlo al llegar a la ciudad



FOTOGRAFÍA 2: PASEO DE HOJAS DE COCA EN LA PLAZA CENTRAL DE PICHARI

Fuente: Web de la Municipalidad de Pichari

- 22 El paseo está compuesto por hojas de más de dos metros de alto, construidas en cemento y mayólica verde, con inscripciones sobre el carácter ancestral y sagrado de la hoja. En conjunto, el paseo de la coca deja claro al visitante la posición local de defensa

de esta planta controversial, especialmente desde la perspectiva del gobierno peruano y su política de antidrogas. Como se observa en la fotografía n° 3, se asocia a la hoja de coca a la subsistencia de las poblaciones marginales y olvidadas por el Estado, como los propios habitantes califican al VRAEM.



FOTOGRAFÍA 3: HOJA DE COCA DEL PASEO: “VIVA LA HOJA DE COCA, SUSTENTO DE LOS POBRES”

Fuente: archivo fotográfico propio – Julio 2017

- 23 La otras hojas del paseo también tienen mensajes inscritos en ambas caras, tanto en lenguas indígenas como en español, que expresan la imagen que el gobierno local quiere dar a la ciudad. Esta imagen, esta íntimamente asociada a la hoja de coca y a sus significados como se observa en la tabla n° 1.

Mensaje inscrito en la hoja de coca de la plaza	Imagen proyectada
“Hoja de coca, tradición, cultura, derecho”	Remite a una imagen ancestral de la hoja de coca que la vincula a tradiciones pre-hispánicas, como el culto a la pachamama. Se defiende y promueve el consumo de hoja de coca en la forma de chacchado (masticado) como se realiza tradicionalmente. Asimismo hace referencia a la historia indígena de Pichari.
“Chacchemos nuestra coca”	
“Hoja de coca, planta milenaria y sagrada de nuestra Pacha Mama”	

“Presencia milenaria asháninka”	
“Viva la hoja de coca sustento de los pobres”	Estas frases se refieren a la historia de resistencia de Pichari en la época del conflicto armado interno. Cabe precisar que, como lo relataron los habitantes más antiguos de la ciudad, la hoja de coca permitió financiar los Comités de Autodefensa que lucharon contra Sendero Luminoso. Asimismo, este conjunto de frases asocia la hoja de coca a la subsistencia y como motor económico para los más pobres. Ambos siendo roles positivos para los habitantes de la ciudad.
“Pichari, bastión de la pacificación”	
“Jamancia verdecina, el despertar de los seres inertes”	
“Pichari, ciudad turística y ecológica”	Estas frases remiten a una imagen de ciudad ecológica y sostenible. La idea de una ciudad “verde” cuyo motor económico son las actividades agrícolas, incluyendo el cultivo de hoja de coca.
“Potencial ecológico del VRAEM”	

TABLA 1: MENSAJES INSCRITOS EN EL PASEO DE HOJAS DE COCA E IMAGEN PROYECTADA DE LA CIUDAD.

Fuente: Elaboración propia basada en las notas de mis cuadernos de campo.

- 24 Este paseo fue construido en el año 2005 durante la primera gestión de Joaquín Dipas como alcalde de Pichari (2003 – 2006) durante el periodo de la bonanza económica del canon gasífero. Los habitantes locales con los que pude conversar me comentaron que Dipas había llegado a la alcaldía con el apoyo del movimiento cocalero por lo que el monumento sería una manera de agradecer este apoyo y confirmar su simpatía con el movimiento de defensa de la coca. Esta versión también es recogida por medios de prensa escrita como la revista Caretas (Chávez 2008). No obstante, en la descripción de los documentos oficiales que figuran en el perfil de construcción de la obra, no se señala que un monumento representando la hoja de coca vaya a ser construido². Lo que señala la sección sobre la viabilidad sociocultural del proyecto se menciona que:

De acuerdo a las consultas referentes a la ejecución del proyecto de inversión, la población de la zona se encuentra en total acuerdo, no se oponen a la realización del mismo, esto se demuestra con la priorización del proyecto en el presupuesto participativo, como consta en acta. La ejecución del proyecto es prioritario desde el punto de vista social, es viable ya que incrementara el desarrollo social económico del distrito de Pichari. (MEF, 2005)

- 25 Esta breve explicación sobre el aspecto “social” de la obra hace énfasis en dos aspectos. Por una parte, el consenso sobre la necesidad de construcción de la plaza, enfatizando la importancia de este tipo de espacios para la convivencia social de la ciudad. Por otra parte, se menciona el incremento del desarrollo social y económico del distrito, aunque no se explicita de qué manera esto va a ocurrir. Podría ser que la construcción de la plaza ayude al desarrollo de una zona comercial de la ciudad, como sucedió posteriormente. Además, las propiedades en los alrededores de la misma se

revalorizaron y los alquileres en la zona también aumentaron, contribuyendo a la centralidad de la plaza como zona comercial y sede de agencias gubernamentales.

- 26 El paseo de hoja de coca no es la única referencia a la hoja en el ornato de la plaza: la recargada decoración de la plaza incluye animales nativos, representaciones de los pobladores colonos e indígenas, frutas, plantas locales y hasta sirenas, además de otras esculturas dedicadas a la hoja de coca. Así, la hoja está presente incluso en la representación del nombre del Distrito y por tanto en el visual de su marca ciudad, como se observa en la fotografía n° 4.



FOTOGRAFÍA 4: “PICHARI”, MARCA CIUDAD EN LA PLAZA CENTRAL

Fuente: archivo fotográfico propio – Enero 2016.

- 27 Entonces, el visual del nombre del distrito incluye dos elementos constitutivos de la imagen que quiere proyectar el municipio: el escudo asháninka en la primera “i” y las hojas de coca en la segunda “i”. Ambos hacen referencia tanto a la historia de Pichari, que fue originalmente un asentamiento indígena hasta mediados del siglo XX, como a la centralidad de la hoja de coca para la identidad de la ciudad. Asimismo el logo del distrito, incluido en diversas propagandas oficiales, es “Coca Kinto” o “Coca K’intu”, un muñeco conformado por varias hojas de coca y vestido con una túnica de los colores del Tawantinsuyo, su nombre significa hoja de coca madura y selecta, se le puede observar en la fotografía n° 5.



Fotografía : Escultura en la plaza de la ciudad de “Coca K’intu”, logo de la ciudad de Pichari

Fuente: (Vizcarra 2017:150)

- 28 Como mostraré posteriormente, “Coca K’intu” está presente en el visual de la publicidad de la ciudad, pero también está presente en la plaza de Pichari, en una esquina que he denominado “la esquina de la coca” (Vizcarra 2017). Allí se erigen dos esculturas referentes a la hoja de coca: la escultura de “Coca K’intu” y una escultura de un ritual de pago a la tierra con hojas de coca como se aprecia en la fotografía nº 6.



FOTOGRAFÍA 6: : MONUMENTO AL PAGO A LA TIERRA CON HOJAS DE COCA

Fuente: (Vizcarra 2017:150)

- 29 Además de la plaza, la coca es representada en otras obras públicas, tanto de manera explícita como de manera más discreta. Así, por ejemplo, el campo ferial, que también fue construido con los recursos del canon por el gobierno municipal, tiene en su entrada dos hojas de coca pintadas, como se puede observar en la fotografía n° 7. Este es el escenario del Festival Internacional de la Coca, pero también se utiliza para otras actividades comerciales, deportivas y sociales durante el año, con una presencia constante de las imágenes de hojas de coca.



FOTOGRAFÍA 7: ENTRADA PRINCIPAL DEL CAMPO FERIAL DE PICHARI.

Fuente: (Vizcarra 2017:152)

- 30 El ornato de otras obras públicas también presenta referencias más sutiles a la hoja de coca. Así, por ejemplo, las decoraciones de los baños públicos construidos por la municipalidad frente a la cancha polideportiva municipal tienen forma de hoja de coca, como se puede observar en la fotografía n° 8. Estos baños están ubicados en una zona central de la ciudad, cerca de la plaza y son usados frecuentemente por los diferentes habitantes (escolares, jóvenes, trabajadores, entre otros) que usan la loza para jugar fútbol, básquet y vóley.



Fotografía : Detalle en la decoración de baños municipales

Fuente: Archivo fotográfico propio – Julio 2017.

- 31 La imagen de la hoja de coca ya forma parte del visual de la ciudad: en el ornato público, la imagen que se exalta es la imagen milenaria y ancestral de esta planta y su carácter sagrado, haciendo referencia a los usos y costumbres que muchos de los colonos de Pichari hacían de la coca. No obstante, Pichari no era una zona tradicionalmente cocalera ya que los asháninkas que allí vivían no cultivaban esta planta, como lo señalan los propios habitantes de la zona. Si bien, existían cultivos de coca que datan de la época de la colonia en zonas colindantes de los distritos ayacuchanos del Valle del Río Apurímac así como en el Valle de La Convención-Lares, en Pichari el cultivo de coca, especialmente a gran escala, data de los años ochenta.
- 32 No solo la Municipalidad ha optado por adoptar la imagen de la coca como identidad visual. Algunos comercios locales también han adoptado a “Coca K’antu” como imagen de marca contribuyendo a la presencia de la imagen de la coca en la ciudad como se aprecia en la fotografía n° 9.



Fotografía : Botica de Pichari con el logo de “Coca K’intu”.

Fuente: archivo fotográfico propio – Junio 2015.

- 33 Además, la apuesta por una identidad del distrito ligada a la hoja de coca es algo que recién comienza en el siglo XXI desde el gobierno municipal. No obstante, esta proyección de una imagen reivindicativa de la hoja de coca a nivel local parece haber calado también en otros aspectos de la vida social de la ciudad, tanto en el gobierno local como en los propios habitantes.

Las representaciones de la coca en la vida social de la ciudad.

- 34 El segundo componente del circuito de la representación de la hoja de coca en la vida de la ciudad es el simbólico: ¿Cómo se puede afirmar que la hoja de coca forma parte de la identidad de la ciudad si solo está representada en monumentos erigidos por el gobierno local? ¿Qué otras expresiones puede evidenciar la apropiación de esta identidad por parte de los habitantes de la ciudad?
- 35 En primer lugar, tenemos el Festival Internacional de la Coca, que se celebra hace más de diez años el 9 de agosto para conmemorar el aniversario de fundación del distrito de Pichari: si bien es un festival impulsado por el gobierno local, es un evento esperado por todos los habitantes de la ciudad y está en la agenda de los grandes eventos y ferias del VRAEM. Durante los 4 o 5 días de celebración los habitantes de la ciudad participan activamente en las diferentes actividades que se organizan durante el festival. Me concentraré en describir lo que pude presenciar durante el XII Festival Internacional de la Coca, organizado entre los días 03 y 09 de agosto del 2016.

- 36 El festival se anuncia con antelación a través de anuncios de radio y televisión en cadenas locales que se transmiten también en la ciudad de Ayacucho. El objetivo es congregarse no solo a personas de Pichari sino atraer visitantes de todo el VRAEM y promover el turismo local. Incluso se producen afiches que son pegados en diferentes comercios y servicios de la ciudad de Pichari, como en la fotografía nº10 y en el comercio de ciudades vecinas. Cada comercio cuelga voluntariamente estos afiches que son distribuidos gratuitamente por el municipio.



Fotografía : Afiche anunciando el XII Festival Internacional de la Coca en un restaurante de Pichari
Fuente: Archivo fotográfico propio – Julio 2016.

- 37 Durante las salidas que realicé pude ver los anuncios televisivos transmitidos en la ciudad de Ayacucho³ y afiches del festival pegados en el terminal terrestre de Ayacucho en los locales de los carros que van al VRAEM. Como se puede ver en la fotografía nº11, el visual del afiche y el programa del festival valoriza la “marca” de “Festival Internacional de la hoja de coca” sobre la idea de aniversario de la ciudad. Asimismo, retoma los elementos que ya estaban presentes en el logo de la ciudad: las referencias a la herencia asháninka y el lugar centra de la hoja de coca, presente en todo el material publicitario.



FOTOGRAFÍA 11: CARÁTULA DEL PROGRAMA DEL XII FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA HOJA DE COCA.

Fuente: Web de la Municipalidad de Pichari.

- 38 Durante el festival, un gran número de actividades tienen en su nombre una referencia explícita a la hoja de coca, como la elección de la Miss Coca (reina de belleza del festival) o una serie de concursos de actividades tradicionales de la hoja de coca como se aprecia en la fotografía n° 12. Estas actividades fueron organizadas por la Federación de Agricultores del VRAEM (FEPAVRAEM), la Confederación Nacional de Productores Agropecuarios de las Cuencas Cocaleras del Perú (CONPACCP) y la Municipalidad de Pichari en el marco del festival.



FOTOGRAFÍA 12: ACTIVIDADES TRADICIONALES DE LA HOJA DE COCA DURANTE EL XII FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA HOJA DE COCA.

Fuente: Website de la Municipalidad de Pichari.

- 39 Cada uno de estos concursos busca recrear una etapa del proceso tradicional de cultivo y consumo de la hoja de coca como se detalla en la tabla n° 2. Se trata de una competencia entre comunidades, con representantes para cada una de las actividades. La mayoría de las actividades se realizaron en quechua, algunas dentro y otras fuera del recinto ferial.

Concurso	Descripción
Coca Aspiy	Plantación de la coca (Apertura de zanjas)
Coca Tarpuy	Sembrío de plantío de coca en la tierra
Coca Ccoray	Deshierbo o limpieza del terreno en el que están sembrados los arbustos de coca
Coca Pallay	Cosecha de coca
Coca Saruy	Secado tradicional al sol de la hoja de coca (“pisado” de coca)
Coca Akuy	Chacchado o masticado de coca
Conca K'intu	Selección de la mejor hoja de coca para fines rituales

TABLA 2: DESCRIPCIÓN DE LOS CONCURSOS DE LAS ACTIVIDADES TRADICIONALES DE LA HOJA DE COCA DESARROLLADOS DURANTE EL FESTIVAL

Fuente: Elaboración propia basado en las notas de mis cuaderno de campo.

- 40 Estas actividades se realizaron en la mañana, a partir del mediodía (aunque estaban programadas para las 11am) y se alargaron hasta el fin de la tarde, por lo que resultaba agotador acompañar cada una de las etapas del concurso. El Coca K'intu, última prueba, se realizó ya casi entrada la noche. Ese día el fuerte sol no impidió la participación de más de 150 competidores en las diversas actividades así como la asistencia del público, principalmente de los diversos centros poblados del distrito de Pichari. También participaron el alcalde de Pichari y autoridades locales como se observa en la fotografía n° 13, en la que aparece, durante las actividades, la mascota y logo del distrito “Coca K'intu”.



FOTOGRAFÍA 13: MUÑECO DE COCA K'INTU EN EL COCA TARPUY.

Fuente: archivo fotográfico de Info región.pe disponible en: <http://www.inforegion.pe/228946/vraem-revalorizan-uso-tradicional-de-la-hoja-de-coca/>

- 41 El muñeco de Coca K'intu también acompañó diversas actividades del festival como el pasacalle de autoridades, trabajadores municipales y agricultores; que se realizó en la plaza central y en las principales calles de la ciudad hasta llegar al campo ferial, como se aprecia en la fotografía n° 14.



FOTOGRAFÍA 14: MUÑECOS DE COCA K'INTU DURANTE EL PASACALLE DEL FESTIVAL.

Fuente: archivo fotográfico de Inforegion.pe disponible en: <http://www.inforegion.pe/228761/vraem-arranco-el-xii-festival-internacional-de-la-hoja-de-coca/>

- 42 De hecho, el muñeco ya fue adoptado como símbolo de la ciudad y pequeñas estatuas con su forma son ofrecidas en los puestos de artesanía durante el festival como se puede observar en la fotografía nº15. Coca K'intu es vendido también en el mercado municipal incluso cuando ya no es época de festival. Forma parte de los diseños ofrecidos por los artesanos locales a los pocos turistas que llegan a la zona, junto con esculturas de madera de fauna local y pobladores nativos.



FOTOGRAFÍA 15: ARTESANÍAS OFRECIDAS EN UN STAND DURANTE EL FESTIVAL.

Fuente: Archivo fotográfico propio – Julio 2016.

- 43 Además de las representaciones de “Coca K’antu” y de las decoraciones alusivas a la coca en los escenarios y afiches del festival, la hoja de coca está presente en el festival durante la escenificación del Coca Raymi (Betanzos 1996; Cobo 1956). Se trata de una de las actividades centrales durante la cual se recrea el tradicional festival del Inti Raymi que se celebra en Cusco cada 24 de junio, el cual se considera como una de las principales ceremonias de la época inca. Una vez más, la escenificación de la coca en la ciudad remite al componente histórico asociado a la hoja de coca y a este ritual. Sin embargo, la particularidad del ritual de Pichari en relación al Inti Raymi es que la coca está presente durante toda la ceremonia.
- 44 El Coca Raymi empezó casi dos horas más tarde de lo programado, cuando empezaba a caer el sol. El público estaba ubicado en los toldos que instaló la municipalidad alrededor del escenario (que en realidad es un campo de fútbol con un pequeño estrado en el medio). Habían alrededor de 1500 personas, entre niños, ancianos y adultos, sentados en sillas, en el suelo y paradas esperando el espectáculo. Muchos de ellos son familiares y amigos de aquellos niños y jóvenes que van a actuar en el Coca Raymi. La recreación de este ritual está a cargo de jóvenes del Instituto Tecnológico, asociaciones de productores, y profesores y alumnos de los colegios del distrito que llevan varios meses preparando el espectáculo.
- 45 La recreación empieza con la llegada de los representantes de las diferentes regiones del Perú (denominados “suyos” en el imperio Incaico). Cada delegación entra con un baile propio, da una vuelta al estrado y luego se coloca en la posición en la que observará el ritual. La mayoría de delegaciones tienen alguna alusión a la hoja de coca, ya sea en vestimenta u ofrendas como se puede apreciar en la fotografía n° 16.



Fotografía : Participantes de la escenificación del Coca Raymi – ofrenda de coca por parte de los “suyos”.

Fuente: (Vizcarra 2017:152)

- 46 En la foto, una delegación de niños de un colegio de una comunidad nativa de Pichari espera su turno para entrar en escena. Están cansados porque llevan un par de horas esperando y cargando pequeños cestos con arbustos de coca. Si bien estos cestos no son pesados, los niños se cansan y dejan de lado los cestos. Sus profesores tienen que estar atentos para que cuando les avisen el momento de su entrada, todos los niños lleven sus cestos ya que forman parte de la escenificación de la coca en la ceremonia.
- 47 Luego de que todas las delegaciones hicieron su entrada, es el turno de la entrada del Inca y la Colla⁴. Se dirigen hacia el estrado central donde ya está el oficiante de la ceremonia. Cuando ambos llegan al estrado, comienza la ceremonia de culto a la Pacha Mama y a la coca. El estrado central tiene hojas de coca en el suelo y arbustos de hoja de coca colocados en el centro. El ritual se realiza en quechua y los problemas de sonido no dejan escuchar bien lo que se dice durante el ritual, incluso a aquellas personas que entienden el idioma. Sin embargo, la escenificación y el aspecto visual ya dan a entender que se está exaltando el rol tradicional y sagrado de la hoja de coca. El Coca Raymi es uno de los momentos principales del festival, junto con los conciertos nocturnos, por ello se realiza el día central y dura casi tres horas.
- 48 La coca también está presente en otros formatos durante el festival, particularmente en la feria de productos y productores. Los productos derivados de la coca que se ofertan en esta feria buscan resaltar el potencial que tendría la industrialización de esta planta. Así, se ofrecen caramelos de coca, harina de coca, limonada de coca y coca sour. Durante el día se ofrece una degustación gratuita de algunos de estos productos a los asistentes del festival para promover su venta. También se promueven los usos medicinales de la hoja de coca y otras plantas medicinales como se aprecia en la fotografía n° 17. Los productores vienen de todos los valles cocaleros del Perú e incluso de otros países como Bolivia y Colombia.



FOTOGRAFÍA 17: CAMIONETA DE PRODUCTORES DE DERIVADOS DE COCA EN LA PLAZA DE PICHARI DURANTE EL FESTIVAL.

Fuente: archivo fotográfico propio – Julio 2016.

- 49 La Municipalidad de Pichari también ofreció en un stand de la feria productos derivados de la hoja de coca producidos por proyectos impulsados por el municipio como bebidas rehidratantes y energéticas producidos. Esto en la línea de promover los usos legales de la planta y evitar el estigma asociado a los usos ilegales.

- 50 En general, el mensaje del festival es presentar una imagen diferente de la hoja de coca, una imagen que se distancie del narcotráfico y que se asocie a nociones de tradición, sacralidad pero también de un futuro legal y productivo. Ese mensaje es el que en general argumentan públicamente las plataformas políticas que defienden la producción de hoja de coca en el país (Zevallos 2016). Este mensaje es explícito en el festival, así por ejemplo los polos conmemorativos que se venden en ciertos stands tiene mensaje como “la coca no es droga” o “coca legal” con la imagen de “Coca K’intu”. Es por lo tanto una defensa simbólica de la coca a través de las festividades locales.

Consideraciones finales: La reivindicación de la coca y la resistencia al estigma.

- 51 El estigma del VRAEM se ha construido en torno a la asociación del territorio con el narcotráfico y el terrorismo. Los habitantes locales están conscientes que existe una relación entre hoja de coca y narcotráfico, al ser esta una de las materias primas para la fabricación de drogas cocaínicas. Sin embargo, tanto autoridades como público en general prefieren deslindar la hoja de coca del narcotráfico y enfatizar sus usos legales y rituales. Ello no quiere decir que nieguen la presencia del narcotráfico o que ofrezcan una resistencia a hablar del tema pero prefieren proponer un discurso alternativo al simple rechazo del cultivo de coca. De las diversas conversaciones informales que sostuve durante el trabajo de campo, recogí que el discurso entre los habitantes de Pichari se construye en torno a la idea de que en la zona se cultiva la coca pero se desconoce el uso que le dan a la misma. Frases como “aquí solo cultivamos”, “luego no sabemos”, “solo son algunos” se repiten cotidianamente cuando se aborda la pregunta sobre el uso de la abundante cantidad de coca. Se podría incluso considerar que esta actitud corresponde a “una “desatención cortés” (Goffman 1963) que permite a los diversos actores continuar con su vida cotidiana en la ciudad” (Vizcarra 2017:149).
- 52 La propuesta desde el gobierno local que se materializa en la escenificación en el espacio público y en las festividades, es proyectar la hoja de coca como una herencia cultural y como un producto con potencial de industrialización. En general, la construcción de la identidad local desde el municipio rechaza que se asocie a la zona con actividades ilegales, y pone en primer plano el potencial turístico y ecológico de la zona. En ese sentido la elección del ornato público y las festividades se vuelven estratégicos porque se trata de elementos usados para la promoción de la ciudad hacia fuera para cambiar la percepción que se vehicula en otras zonas. Sin embargo, los promotores de estas iniciativas están conscientes que esto no basta para modificar la imagen que se tiene desde la capital, y que el ámbito de acción de este tipo de estrategias basadas en una marca ciudad de la coca tiene principalmente como público objetivo los habitantes de ciudades intermedias cercanas como Huamanga, Huanta, Huancayo o Satipo. Es por lo tanto una estrategia de promoción a nivel regional.
- 53 Esto no quiere decir que esta escenificación no sirva como herramienta para expresar un proyecto político amplio a nivel local, que se contrapone a la visión del gobierno central, basado en la defensa de la hoja de coca y en el apoyo a gremio cocalero. Ello pasa por reconocer que la hoja de coca juega un rol fundamental en la economía local y que apoyar su erradicación sería ir contra los intereses de muchos de los habitantes que directa o indirectamente viven del dinamismo económico generado por esta actividad. En ese sentido la inclusión de la hoja de coca dentro de la identidad colectiva local

permite alinear el discurso político local con la posición de otros países como Bolivia (Mattos Vazualdo 2014; Tellería Escobar 2013) e insertarse en las discusiones nacionales internacionales de la política antidrogas. Esto les da más fortaleza para resistirse a las acciones de erradicación forzada que en más de una ocasión el gobierno ha anunciado en el VRAEM. Esto junto con otras medidas como los paros cocaleros, ha llevado a que el gobierno central entable un diálogo político con las autoridades locales y los cocaleros.

- 54 No obstante, la construcción de esta identidad local en torno a la hoja no se realiza sin conflictos y contradicciones. Así, no necesariamente todos los habitantes se sienten cómodos con esta asociación entre Pichari y la hoja de coca, hay incluso quienes propusieron cambiarle el nombre al festival a fin de atraer más turistas. Sin embargo, las críticas al festival son a media voz y tienen más que ver con denuncias de corrupción en el gobierno local que con una incomodidad con el uso de la imagen de hoja de coca. La actitud de “desatención cortés” de la población en general contribuye a alimentar el poder simbólico que se moviliza con la escenificación de la coca y combatir el estigma desde la capital.
- 55 El caso de Pichari ejemplifica procesos más amplios de reivindicación de identidades locales de territorios estigmatizados por su asociación la violencia y la inseguridad. Algunas de esas construcciones identitarias se pueden dar en torno a otro tipo de manifestaciones como la música como en el caso de los Pibes Chorros argentinos (Míguez 2004). En ambos casos se trata de resistencias basadas en objetos culturales que transmiten esa resistencia a un poder hegemónico central que margina, excluye y olvida a los habitantes de estos territorios. Se trata, por tanto, del estudio de formas de resistencia a una forma de violencia simbólica y de una lucha eminentemente política por la construcción de una identidad. No se trata de casos aislados, sino de expresiones de poder blando o “soft-power” frente a quienes detentan el poder y han decidido clasificar a dichos territorios solo como objetos de políticas de contención y seguridad y no como territorios con potencial de desarrollo humano y cultural. La apuesta por realizar etnografías de estos territorios y de visibilizar los estigmas y las brechas de percepción, forma parte de una apuesta de estudios latinoamericanos (Alves Muller and Wilkis 2010; Barbosa, Renoldi, and Veríssimo 2013; Renoldi 2015; Telles and Hirata 2010; Wilkis 2013) que desde diferentes perspectivas como la sociología económica o la sociología urbana vienen renovando la manera de darle voz a los habitantes de estas zonas.

BIBLIOGRAFIA

ALVES MULLER, Lucía Helena and Ariel WILKIS. 2010. “Etnografías de Práticas Econômicas.” *Civitas* 10(3):373–75.

BARBOSA, Antonio Rafael, Brigida RENOLDI, and Marcos VERÍSSIMO, eds. 2013. *(I)Legal. Etnografías Em Uma Fronteira Difusa*. Niterói: Editora da UFF.

- BETANZOS, Juan de. 1996. *Narrative of the Incas*. 2nd [1557]. edited by R. Hamilton and D. Buchanan. Austin: University of Texas Press.
- BORJA, Jordi and Manuel CASTELLS. 2000. "Local Y Global. La Gestión de Las Ciudades En La Era de La Información." 418.
- BURGOS, Ricardo. 2016. "Vraem: La Guerra Olvidada." *Centrum Al Día*, July. Retrieved (<http://centrumaldia.com/index.php?K=49&id=2880>).
- CHÁVEZ, Enrique. 2008. "La Coca Tiene Su Propia Plaza." *Caretas*, June, 48-51.
- COBO, Bernabé. 1956. *Historia Del Nuevo Mundo*. Biblioteca. Madrid: Atlas.
- CORNEJO, Catalina Andrea. 2012. "Estigma Territorial Como Forma de Violencia Barrial . El Caso Del Sector El Castillo." *Revista Invi* 27(76):177-200.
- CROVARA, María Eugenia. 2004. "Pobreza Y Estigma En Una Villa Miseria Argentina." *Política Y Cultura* (Nº22):29-45.
- GEERTZ, Clifford. 2001. *Nova Luz Sobre a Antropología*. Rio de Janeiro: Zahar.
- GOFFMAN, Erving. 1963. *Behavior in Public Places*. New York: The Free Press.
- GOFFMAN, Erving. 1988. *Estigma -Notas Sobre a Manipulação Da Indentidade Deteriorada*. LTC. Retrieved
- IRIGOYEN, Carlos Omar. 2017. "La Cita Con El Destino Para El Futuro de La Marca Ciudad Juárez." *Nósis* 26(52):152-79.
- MAGNANI, José Guilherme. 2012. *Da Periferia Ao Centro: Trajetórias de Pesquisa Em Antropologia Urbana*. Sao Paulo: Terceiro Nome.
- MAGNANI, José Guilherme. 2014. "O Circuito: proposta de delimitação da categoria", *Ponto Urbe* [Online], 15 .
- MATTOS VAZUALDO, Diego. 2014. "Coca Y Representación: La Hoja de Coca En La Constitución de La Nación Boliviana En La Época Neoliberal." *Latin American Research Review* 49(1):23-38.
- MÍGUEZ, Daniel. 2004. *Los Pibes Chorros. Estigma Y Marginación*. 1era ed. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- MONTES DE OCA, Laura Beatriz. 2015. "Entre activistas, funcionarios e industriales. Aplicación de la etnografía —enfocada y política— en escenarios de gobernanza." *Nueva Antropología* 28(83):25-46.
- PAREDES CASTRO, Juan. 2017. "El Regalo Del Vraem, La Columna de Juan Paredes Castro." *El Comercio*, September 10. Retrieved (<https://elcomercio.pe/politica/regalo-vraem-columna-juan-paredes-castro-noticia-456964>).
- PYSZCZEK, Oscar Luis. 2011. "Construcción Social de Los Espacios de Peligrosidad E Inseguridad En El Siglo Xxi. Estudios de Casos En La Ciudad E Resistencia. República Argentina." *Revista Geográfica de América Central* II:1-16.
- PYSZCZEK, Oscar Luis. 2012. "Los Espacios Subjetivos Del Miedo : Construcción de La Estigmatización Espacial En Relación Con La Inseguridad Delictiva Urbana." *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía* 21(2012):41-54.
- QUICENO, Natalia and Paula SANÍN. 2009. "Estigmas Territoriales Y Distinciones Sociales: Configuraciones Espaciales En La Ciudad de Medellín." *Revista Anagramas*. 7(14):115-32. Retrieved

- RENOLDI, Brígida. 2015. "Estados Posibles : Travesías , Ilegalismos Y Controles En La Triple Frontera." *Etnográfica* 19(3):417-40.
- SIBRIAN, Nairbis. 2015. "Medios de Comunicación, Violencia Delictiva Y Estigma Territorial En Venezuela." *Anagramas Rumbos Y Sentidos de La Comunicación* 13(26):95-114. Retrieved (<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=491548260006>).
- SUTTLES, Gerald. 1968. *The Social Order of the Slums*. Chicago: The University of Chicago Press.
- TELLERÍA ESCOBAR, Loreta. 2013. "Bolivia Y La Despenalización de La Hoja de Coca Como Estrategia de Cambio." *URVIO - Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad* (13):95-107.
- TELLES, Vera Da Silva and Daniel Veloso HIRATA. 2010. "Ilegalismos E Jogos de Poder Em São Paulo." *TEMPO SOCIAL, Revista de Sociologia Da USP* 22(2):39-59.
- UNODC. 2017. *Monitoreo de Cultivos de Coca 2016*. Lima.
- VIZCARRA, Sofía. 2017. "Instrumentalización de La Imagen de La Hoja de Coca En Las Tensiones Entre El Gobierno Local Y El Gobierno Nacional En La Ciudad de Pichari." *Revista de Ciencia Política Y Gobierno* 4(7):133-60.
- WACQUANT, Loic. 2010. *Las Dos Caras de Un Gueto: Ensayos Sobre Marginalización Y Penalización*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- WILKIS, Ariel. 2013. *Las Sospechas Del Dinero*. Buenos Aires: Paidós.
- ZEVALLS, Nicolás. 2016. *Control Y Defensa Del Cultivo de Coca En El Perú*. 1st ed. Lima: Escuela de Gobierno de la PUCP.

NOTAS

1. Los resultados forman parte de la investigación doctoral sobre "Economía moral de la ilegalidad en la ciudad cocalera" realizada en el marco del programa de posgrado en sociología de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Parte de los resultados de campo aquí presentados fueron incluidos en el artículo "Instrumentalización de la imagen de la hoja de coca en las tensiones entre el Gobierno local y el Gobierno nacional en la ciudad de Pichari" (Vizcarra 2017)
2. El perfil completo de la obra puede ser consultado en: <http://ofi2.mef.gob.pe/bp/ConsultarPIP/frmConsultarPIP.asp?accion=consultar&txtCodigo=23858>
3. El vídeo del spot publicitario puede ser visualizado en: https://www.youtube.com/watch?v=Rvafu_d9aDQ
4. El Inca era el gobernante del antiguo imperio incaico y la Colla era su cónyuge.

RESUMOS

No geral, uma "marca cidade" serve como estratégia para atrair turismo e dinamizar a economia. No entanto, no caso de territórios estigmatizados como violentos ou perigosos, construir uma

identidade local forte ou uma "marca cidade" pode servir como estratégia para se livrar do estigma ou pelo menos começar a mudar a percepção externa sobre o território. No caso da cidade de Pichari, localizada no coração do principal vale produtor de coca do Peru, a construção de uma marca da cidade ao redor da folha de coca permite que as autoridades locais e os habitantes expressem sua rejeição à estigmatização desse território desde o nível central. Ao mesmo tempo permite propor um projeto político através do uso do espaço e das festividades locais. A partir de um relato etnográfico da cidade, este artigo apresenta o processo de construção de uma identidade local "cocalera" mas não ilegal.

En general, una "marca ciudad" sirve como estrategia para atraer turismo y dinamismo económico. Sin embargo, en el caso de territorios estigmatizados como violentos o peligrosos, construir una identidad local fuerte o una "marca ciudad" puede servir como estrategia para deshacerse del estigma o al menos comenzar a cambiar la percepción exterior que se tiene del territorio. En el caso de la ciudad de Pichari, ubicada en el corazón del principal valle cocalero del Perú, la construcción de una marca ciudad en torno a la hoja de coca, permite a sus autoridades locales y habitantes expresar el rechazo a la estigmatización de este territorio desde el nivel central y a la vez plantear un proyecto político a través del uso del espacio y las festividades. A partir de un relato etnográfico de la ciudad, este artículo presenta el proceso de construcción de una identidad local "cocalera" pero no ilegal.

Usually, a "city brand" serves as a strategy to attract tourism and economic dynamism. However, in the case of territories stigmatized as violent or dangerous, building a strong local identity or a "city brand" can work as a strategy to get rid of the stigma or at least begin to change the external perception of the territory. In the case of the city of Pichari, located in the heart of the main coca-growing valley of Peru, the construction of a city brand around the coca leaf allows its local authorities and inhabitants to express their rejection of the stigmatization of their territory and at the same time propose a political project through the use of space and festivities. Based on an ethnographic account of the city, this article presents the process of building a "cocalero" but not illegal local identity.

ÍNDICE

Keywords: coca leave, stigma, city brand, Peru, VRAEM

Palavras-chave: folha de coca, estigma, marca cidade, Peru, VRAEM

Palabras claves: hoja de coca, estigma, marca ciudad, Perú, VRAEM

AUTOR

SOFÍA ISABEL VIZCARRA CASTILLO

Professora contratada do Departamento de Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica do Peru (PUCP). Doutora em Sociologia e Mestre em Ciência Política pela PUCP. Mestre em Relações Internacionais com menção em Segurança Internacional e Bacharel em Estudos Ibero-americanos pelo Institut d'Études Politiques de Paris – Sciences Po. E-mail: sofia.vizcarra@pucp.edu.pe