



UNIVERSIDAD
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL
PIRHUA

DIAGNÓSTICO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DE LA MINERA RÍO BLANCO COPPER S.A

KATIUSKA GRANDA CORNEJO

Piura, 2013

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Departamento de Comunicación

Granda, K. (2013). *Diagnóstico de las políticas de comunicación de la minera Río Blanco Copper S.A.* Tesis de grado no publicada de Comunicación. Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Piura, Perú.



Esta obra está bajo una [licencia](#)
[Creative Commons Atribución-](#)
[NoComercial-SinDerivadas 2.5 Perú](#)

Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura

UNIVERSIDAD DE PIURA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN



“Diagnóstico de las políticas de comunicación de la minera
Río Blanco Copper S.A”

Tesis que presenta la bachiller

KATIUSKA PIERINA GRANDA CORNEJO

Para optar por el título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

PIURA – PERÚ

2013

DEDICATORIA

*A mis padres Isaac y Carmen
Por su invaluable e incondicional
apoyo en todo momento*

*A mi abuelita Electra Castillo A.
Que siempre estará en mi corazón*

*A mi asesora Dra. Luisa Portugal
Por la confianza puesta en este proyecto*

A las comunidades de Segunda, Cajas, Yanta y Tambogrande

“La comunicación es fundamental para la solución de conflictos entre las empresas y las comunidades, y es una condición sine qua non para lograr la sustentabilidad de los proyectos mineros. Siendo el desarrollo sustentable la única chance para que la minería pueda ser aceptada por toda la sociedad, lo cual no podrá lograrse si no se utiliza de forma correcta a la comunicación”

Lic. Hugo Fernández

Plan Estratégico de Comunicación para la Industria Minera Argentina

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES EN SU INSERCIÓN A TERRITORIO PERUANO; **Error! Marcador no definido.**

1. Empresas transnacionales y minería transnacional; **Error! Marcador no definido.**
 - A) Empresa transnacional; **Error! Marcador no definido.**
 - B) Minería Transnacional; **Error! Marcador no definido.**
2. Políticas de comunicación en las empresas transnacionales en su inserción a territorio extranjero; **Error! Marcador no definido.**
 - A) Sentido etimológico del término “Políticas de Comunicación”; **Error! Marcador no definido.**
 - B) Procesos de aplicación de las políticas de comunicación en las empresas transnacionales; **Error! Marcador no definido.**
3. Las Políticas de comunicación en los procesos de inserción de las empresas mineras transnacionales en territorio peruano; **Error! Marcador no definido.**
 - A) Proceso de Inserción de la empresa minera a territorio extranjero; **Error! Marcador no definido.**
 - B) Proceso de inserción de una minera en territorio peruano; **Error! Marcador no definido.**
 - C) Plan de inserción interno basado en las políticas corporativas y de comunicación de la empresa; **Error! Marcador no definido.**

CAPÍTULO II

LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DE LA MINERA RÍO BLANCO COPPER S.A; **Error! Marcador no definido.**

1. Conflicto contra la Minera Manhattan Mineral Corporation en Tambogrande: Antecedente del caso Rio Blanco; **Error! Marcador no definido.**
2. Aspectos generales de la zona de influencia del proyecto Majaz – Río Blanco; **Error! Marcador no definido.**
3. Origen y etapas del proyecto:; **Error! Marcador no definido.**

5. Políticas de comunicación de la minera Majaz S.A: Antecedente de Río Blanco Copper S.A..... **¡Error! Marcador no definido.**
 - A) Equipo de Relaciones Comunitarias (Abril del 2004) **¡Error! Marcador no definido.**
 - B) La Oficina de Comunicación y Relaciones Comunitarias en Majaz S.A (Febrero 2005- diciembre 2008) **¡Error! Marcador no definido.**
6. Políticas de comunicación aplicadas por la empresa Río Blanco Copper S.A **¡Error! Marcador no definido.**

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO Y EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA RIO BLANCO COPPER S.A ¡Error! Marcador no definido.

1. Objetivos del análisis **¡Error! Marcador no definido.**
2. Procedimiento de análisis..... **¡Error! Marcador no definido.**
3. Objeto de análisis **¡Error! Marcador no definido.**
4. Análisis documental **¡Error! Marcador no definido.**
5. Herramientas de Evaluación **¡Error! Marcador no definido.**
6. Análisis FODA de los planes aplicados **¡Error! Marcador no definido.**

CONCLUSIONES

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

Actualmente los conflictos sociales son muy comunes en el Perú, especialmente los referidos a los temas medioambientales. Pero son muy pocos los estudios que se han detenido a analizar la naturaleza interna y las repercusiones externas de estas crisis. Por su parte los conflictos mineros atacan directamente una de las actividades productivas más importantes del país y generan anualmente millonarias pérdidas económicas e incluso pérdidas humanas.

En Piura han ocurrido dos grandes conflictos, que aunque parezcan independientes se relacionan íntimamente por la naturaleza de sus actores. Nos referimos a los conflictos de las mineras Manhattan Minerals Corporation y Rio Blanco Copper S.A. El Primero ocurrido en el año 2002 en el distrito de Tambogrande y el segundo en el año 2004 en la provincia de Huancabamba, específicamente en las comunidades de Segunda y Cajas.

Ambos conflictos han tenido como centro a dos importantes empresas transnacionales que se han visto impedidas de continuar su labor en el país debido a la grave situación que atraviesan. Pero los conflictos sociales involucran, como se mencionó, a varios actores, entre ellos el Gobierno Central, Gobiernos Regionales, autoridades locales, iglesia, ONGs, organizaciones internacionales, entre otros. Sin embargo aunque las empresas tienen en cuenta los aspectos técnicos y legales al momento de entrar en el territorio extranjero se olvidan del aspecto socio cultural de las comunidades.

Los investigadores en materia de negocios internaciones concuerdan que si se busca tener éxito en las empresas transnacionales es necesario entender las

culturas de otros países y aprender a adaptarse a ellas ampliando sus propias perspectivas

Por tanto, la empresa tiene que hacer frente a todas estas opiniones a favor y en contra, es aquí donde la comunicación juega un rol muy importante como centro del diálogo y del análisis de las medidas tomadas por las mineras durante las épocas de conflicto. Sin embargo es necesario desde la inserción de la empresa transnacional en el nuevo territorio contar con una Política de Comunicación, es decir lineamientos bien delimitados sobre cada paso en la inserción, toda empresa debe saber que si no cuenta con estos lineamientos le será imposible realizar su actividad en territorio extranjero.

La presente investigación pretende determinar primero si las estrategias de comunicación empleadas por la Empresa Rio Blanco Copper, al momento de ingresar en territorio peruano correspondían a una política de comunicación previamente elaborada o si estas se aplicaban en la medida en que solucionaban una crisis determinada. Y segundo, hacer un diagnóstico de los errores que en materia de comunicación se cometieron desde la inserción de la empresa, pasando por el cierre del campamento en la zona de las comunidades Segunda y Cajas en Huacabamba y su situación actual.

Además es importante mencionar que la realización de un análisis de las políticas de comunicación empleadas por esta empresa minera permitirá trazar las posibles líneas de acción que podrían usarse en un futuro para mejorar su relación con los actores involucrados, especialmente con las comunidades. Debido a que no se puede solucionar un conflicto socio ambiental si se parte desde la situación de crisis, por lo que la empresa debe trazar sus planes de comunicación desde antes de su ingreso a territorio extranjero, teniendo en cuenta la estrategia frente a los nuevos públicos y qué medidas tomará si es que sufriera una crisis.

Nuestro interés para el desarrollo de esta tesis parte de la necesidad de descubrir el grado de responsabilidad de las áreas de comunicación de las empresas mineras transnacionales, así como estudiar las políticas de comunicación y el papel que juegan estas en las situaciones de crisis. De tal forma que este estudio sirva para mejorar y revalorar el uso de estas políticas en la resolución de conflictos mineros

Resumen

La presente tesis busca determinar el grado de responsabilidad del Área de Comunicación de la minera Río Blanco Copper S.A en el conflicto socio ambiental ocurrido en la Provincia de Huancabamba (Piura) en donde primero se generó desconfianza en población frente al proyecto minero en las comunidades de Segunda y Cajas debido, en gran medida, a que la empresa no aplicó ni creó oportunamente políticas de comunicación que pudieran marcar los pasos para una correcta inserción el nuevo territorio.

En el marco teórico se desarrollan los principales conceptos de empresa transnacional y empresa transnacional minera, así como los lineamientos que recomiendan los expertos en negocios internacionales y derecho internacional que deben seguir las empresas al insertarse en territorio extranjero y peruano. Se realiza también un resumen de la situación de la minería en el Perú desde la perspectiva de sus problemas y ventajas.

El análisis de las políticas de comunicación expuestas en esta tesis abarca dos momentos importantes de la empresa y las medidas en temas de comunicación adoptadas por la misma. El primer momento corresponde a la minera Majaz S.A y su Equipo y Oficina de Comunicación y el segundo momento corresponde al cambio de razón social de esta empresa para convertirse en Río Blanco Copper S.A y su Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias. Se analizan los productos en temas de comunicación como los anuncios en prensa, pasantías informativas, talleres y proyectos de responsabilidad social de la empres

CAPÍTULO I

**POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN LAS EMPRESAS
TRANSNACIONALES EN SU INSERCIÓN A TERRITORIO PERUANO**

En la presente tesis, se abordarán las políticas de comunicación que acompañaron a la minera Río Blanco Copper S.A durante su proceso de ingreso en territorio peruano. Sin embargo para poder comprender el significado y la magnitud de la correcta aplicación de estas políticas y hasta qué punto pueden influir en los momentos de máxima tensión de las empresas se considera necesario adentrarnos primero en la razón de ser de una empresa transnacional y conocer tanto su modo de operar como su proyección internacional, así como el concepto básico de políticas de comunicación y la forma correcta de aplicarlas a una empresa transnacional.

1. Empresas transnacionales y minería transnacional

A) Empresa transnacional

Las empresas transnacionales inician gran parte de su proceso de inserción en territorio extranjero, apoyadas en coherentes y bien planeadas estrategias de comunicación.

Para la internacionalista Esther Barbé el término “Transnacional” o “Fuerza Transnacional” se refiere a todas aquellas corrientes de origen privado promovidas

por actores internacionales que tratan de establecerse a través de las fronteras y que tienen la capacidad de influir y movilizar recursos en la sociedad mundial (Barbé, 1995). La autora establece que las fuerzas transnacionales están principalmente representadas por las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y las empresas transnacionales.

Una primera definición de empresa transnacional aceptada mundialmente, es la ofrecida por el Centro de Naciones Unidas sobre las Cooperaciones Transnacionales, donde queda establecido:

“A una firma transnacional se le define como una empresa o un grupo de empresas constituidas por una sociedad matriz de conformidad con la legislación de un país que a partir de su sede se implanta en el extranjero con sus filiales e inversiones directas (fusión, privatización y adquisiciones). Con una estrategia concebida a nivel mundial encaminada a quitar cualquier obstáculo de expansión” (ONU, 2002)

Las empresas transnacionales, tienen como origen un único país y se implantan en el extranjero para expandir sus actividades más allá del ámbito nacional ayudadas por estrategias mundiales cuidadosamente planificadas. No solo desarrollan sus valores con una visión nacional sino también se involucran en el proceso las exigencias propias de los países a los que se dirigen.

Desde una perspectiva general, Harold Koonz, (2008, p.64) especialista en economía internacional, define a la empresa internacional como aquella compañía que se dedica a transacciones entre fronteras nacionales. Estas transacciones pueden ser múltiples, tales como exportaciones, acuerdos de licencia, subsidiarias, entre otras.

Así mismo, cabe resaltar que en el ámbito conceptual de la empresa internacional, existen otras denominaciones que han generado ciertas confusiones, por lo que resulta imprescindible ocuparse de estas con el fin de ubicar adecuadamente a las empresas mineras en el lugar y con las características que le corresponden. Nos referimos a la denominación de empresas multinacionales y empresas supranacionales.

Con el ánimo de aclarar bien los conceptos, haremos uso de la clasificación elaborada por el economista Joan Robinson (1976,p.17) quien afirma que las

empresas multinacionales son el principio de toda empresa que busca convertirse en internacional y de esta manera ensaya cuatro tipos de compañías en su clasificación:

A) Empresas internacionales, con un centro para dirigir la estrategia y las operaciones de penetración en mercados de distintos países. Realiza inversiones directas en los países que mantiene presencia, pero mantiene independencia de la gestión de la empresa madre, en esta clasificación se encuentra Café “Juan Valdez”, que cuenta con sucursales en Ecuador, Estados Unidos, Chile y España. Esta sociedad de empresarios cafeteros colombianos ha desarrollado muchas variedades de café y aunque tiene renombre mundial, está empezando su expansión.

B) Empresa Multinacional, propiamente dicha, que practica una inversión directa en el extranjero y sus estrategias son diseñadas con criterios de globalidad pero respetando el país de origen de la empresa madre, un ejemplo claro es la empresa de comida rápida McDonald’s que cuenta con filiales en 119 países del mundo. Su sede se encuentra en Estados Unidos y tiene un ingreso neto anual de aproximadamente 22 000 millones de dólares. Su principal oferta de comida consiste en hamburguesas, papas fritas y batidos y su mayor representante es la hamburguesa conocida como “Big Mac”.

C) Empresa Transnacional, posee mayor grado de internacionalización. La propiedad y la dirección de la empresa matriz corresponde a personas de distintas nacionalidades y las decisiones son adoptadas desde una óptica global. Ford Motor Company es una de las empresas transnacionales que cuenta con modelos de autos adaptados a las necesidades de los países a los que ingresa como en el caso de Colombia en donde debido a la geografía, utiliza modelos con plataforma mecánica de Mazda.

D) Las empresas Supranacionales, finalmente, son aquellas que están desvinculadas de cualquier país. No están sujetas jurídicamente a ningún estado, sino que se encuentran sometidas a un organismo de carácter internacional al que paga sus impuestos y cuyo marco jurídico puede circunscribir sus actividades. Por ejemplo el Banco Mundial, relacionado directamente con las Naciones Unidas que se ha convertido en una fuente de asistencia financiera y técnica de los países en desarrollo. Cuenta con oficinas en 109 países y está integrado a su vez, entre otros,

por el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento y el Fondo Monetario Internacional.

Entre tanto, Harold Koontz (2008, p. 67) en su libro *Administración: Una perspectiva global*, entiende por empresa multinacional a las corporaciones que tienen su sede en un país determinado pero sus operaciones las realizan en muchos otros países. Con relación a las empresas locales o nacionales, las multinacionales tienen grandes ventajas, una de ellas es que pueden aprovechar las oportunidades de negocio mejor que las empresas nacionales, debido a que tienen mayor número de opciones de recaudación de fondos, además pueden operar en países donde sus productos son elaborados con mayor efectividad de costos y eficiencia.

Sin embargo a diferencia de las transnacionales, las multinacionales no cuentan con una estrategia mundial consolidada, debido a que sus beneficios se concentran en un único país, es decir su país de origen, como lo refiere la definición dada por Robert Lattes (1983,p.72), donde entiende por Multinacional, a “Sociedades con actividades en varios países y cuyos poderes de decisión y estructura están más o menos concentrados en provecho de un único país”

Por tal motivo, afirma Koontz (2008, p. 68) que las empresas multinacionales tienen como reto principal convertirse en corporaciones transnacionales, es decir en empresas que no solo cuentan con operaciones internacionales o con plantas en otros países sino que contemplan al mundo como un solo mercado. Esto significa que los productos o servicios que ofrecen no solo se realizan con una perspectiva local para la exportación, como en el caso de las multinacionales, sino que requieren desarrollar valores que tengan en cuenta al mundo entero, especialmente los mercados de mayor tamaño como Europa Occidental, Asia y América. De esta manera las decisiones que se tomen deben adaptarse táctica y estratégicamente a estos nuevos ámbitos locales y nacionales y de ser necesario en países en los que la empresa no pueda entrar ni establecer alianzas con empresas locales.

La Mgtr. Juana Huaco, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Piura, aclara que las empresas no solo se pueden ajustar a un solo tipo dentro de esta clasificación, sino que pueden considerarse en más de uno, además afirma que toda empresa multinacional, transnacional o supranacional es una empresa internacional. (J. Huaco, entrevista personal, 6 de setiembre de 2011)

Las empresas transnacionales cuentan con una estrategia de inserción, esto las diferencia, como se mencionó con anterioridad, de las empresas multinacionales. Desde el punto de vista legal, las transnacionales se rigen por un derecho de propiedad y bienes de activo, es decir que todas las inversiones que realizan están protegidas y pertenecen a la misma empresa o asociación, aunque se encuentren en otro país. Por tanto las empresas determinan unos rasgos estructurales para conservar en mayor o menor medida sus inversiones o capital.

Es así que las empresas transnacionales pueden optar por la Dirección de Sociedad Madre (Equivalente a la sociedad unitaria) o la estrategia común, determinada por la dirección unitaria de la matriz y conseguida a través del control de filiales (Fernández, 1983, pp 22-23)

Para elegir una estructura determinada, las empresas deben establecer el tipo de inversión de capital que más les conviene. Se entiende por inversión de capital, a la colocación de este en inversiones productivas. En el caso de las transnacionales, sería toda transferencia de capital entre países. (Fernández, 1983, p. 45)

Entre los tipos de inversión de capital más comunes a nivel mundial se encuentra: la sucursal y la filial¹.

Por sucursal se entiende, “Al establecimiento (mercantil) relativamente autónomo, que posee un carácter accesorio (del establecimiento principal o sociedad matriz) y a través del cual se desarrolla una actividad empresarial. Importa destacar, no obstante, que carece de personalidad jurídica propia o independiente, puesto que únicamente posee, por mera extensión o delegación, la de su matriz” (Fernández, 1983, p.59)

Entre tanto, la Organización de las Naciones Unidas, define a la filial como: “Una empresa de derecho local en un país de destino, con un bajo control efectivo de la matriz ubicada en el país de origen” (ONU 1973b, p. 4) Es así que la filial supone que la empresa adopte una forma jurídica revestida de personalidad propia, y que gocen de la nacionalidad del país huésped. Es decir la diferencia más importante entre la Sucursal y la Filial es la autonomía de la empresa con relación a su matriz. (Fernández, 1983, p. 66)

¹ Aunque existe muchos más, estos son los de mayor uso y relevancia para esta tesis.

Las empresas mineras, por su parte, emplean principalmente la figura de la filial, debido a que les permite adaptarse jurídicamente a la legislación del país al que entran.

Así mismo las empresas transnacionales mueven anualmente un capital mucho más grande que cualquier otro tipo de empresa multinacional y son íntegramente de inversión privada, aunque tienen la obligación de regirse por las leyes internas del país al que ingresan.

Para concluir, en base a todas las definiciones anteriores podemos **definir a una empresa transnacional como aquella empresa o grupo de empresas que a partir de una sede se insertan en el extranjero. A diferencia de las empresas multinacionales y supranacionales, las transnacionales cuentan con una estrategia concebida a nivel mundial. Así mismo todas las inversiones que realizan están protegidas y pertenecen a la misma empresa aunque se encuentren en otro país.** Toda empresa transnacional realiza transacciones entre fronteras nacionales, estas transacciones pueden ser múltiples, tales como exportaciones, acuerdos de licencia, subsidiarias entre otras.

B) Minería Transnacional

En este apartado complementando lo antes expuesto sobre las empresas transnacionales desarrollamos los puntos básicos de la minería transnacional con el fin de conseguir una mejor comprensión de esta clase de actividad alrededor de la cual se trabaja el propósito principal de la investigación. De este modo, además de mencionar las características que son propias de la minería transnacional, nos ocuparemos, de las clases de minería y tipos de explotación de un yacimiento minero

Características de la minería transnacional

Las empresas, de forma general, pueden ser clasificadas de acuerdo a la actividad económica que realizan y a las materias primas con las que trabajan. Si partimos de esta premisa, la definición más básica de empresa minera sería la “Que tiene como objeto principal la explotación de recursos del subsuelo” (Ministerio de Energía y Minas, 2011) y por tanto correspondería a la actividad de la empresa la explotación de minerales sólidos, líquidos y fosfatos. Sin embargo esta definición resulta muy amplia, y se considera necesario explicar el modo en que operan este tipo de empresas para comprender mejor sus alcances.

Para la abogada Carolina Gamarra (2009, p. 20) especialista en concesiones mineras, la minería como actividad económica presenta diversas características, entre las que destacan las siguientes:

- A) Es una actividad extractiva
- B) Explota recursos no renovables
- C) Tiene un elevado riesgo al momento de la explotación
- D) Requiere una importante inversión
- E) Es de larga duración

Clases de minería

El Instituto de Ingenieros de Minas del Perú (2011, p.15), establece una diferencia entre minería metálica y no metálica. Entiende por minería metálica a la extracción de minerales metálicos tales como oro, plata, cobre, plomo, zinc, estaño, hierro, bismuto y molibdeno. Mientras que la minería no metálica hace referencia a la extracción de minerales no metálicos de los depósitos de roca y arena como arcilla, carbón, rocas ornamentales, entre otras.

Tipos de explotación minera

Existen dos tipos de explotación minera: Explotación subterránea o socavón y Explotación superficial o tajo abierto (Instituto de Estudios Medio Ambientales, 2003,p. 167) La explotación a socavón crea un túnel por debajo de la tierra para la explotación del mineral, mientras que la explotación a tajo abierto retira capas superficiales de la tierra formando una fosa para proceder posteriormente al minado de la zona. El Instituto Español de Estudios Medioambientales (IEM) aclara que la primera es, de forma general, menos grave que la explotación superficial aunque su incidencia en enfermedades como el envenenamiento por plomo es muy alta. Sin embargo la explotación superficial produce un mayor impacto en el medio ambiente y en la destrucción de suelos naturales. Sin embargo no en todas las zonas es posible realizar la explotación a socavón pues requiere altos costos para las empresas por lo tanto se opta por la explotación a tajo abierto

2. Políticas de comunicación en las empresas transnacionales en su inserción a territorio extranjero

Dado que el diagnóstico sobre la correcta aplicación de las políticas de comunicación en la empresa transnacional minera Rio Blanco que opera en el Perú es el eje de esta tesis, a continuación vamos a detener nuestro estudio en el significado que tienen las políticas de comunicación para las empresas transnacionales especialmente para las mineras, con la intención de conocer el grado de relación que estas políticas tienen con el factor socio-cultural del entorno donde opera la minera.

Partiremos definiendo lo que es una política de comunicación, los obstáculos que se han identificado para su aplicación dentro de la comunicación interna y externa de la empresa y su relación con el medio social en que esta se desarrolla.

A) Sentido etimológico del término “Políticas de Comunicación”

En el campo de la comunicación el término Políticas de Comunicación ha sufrido una serie de transformaciones a lo largo de los años, debido a que durante mucho tiempo se creyó que la comunicación no necesitaba ser planificada y que bastaba con un manejo correcto de la imagen de la empresa frente a los medios de comunicación para evitar complicaciones futuras. Sin embargo, actualmente esta idea ha cambiado y las empresas se han dado cuenta de la importancia de contar con lineamientos bien formulados para facilitar la comunicación.

Para entender en toda su dimensión el concepto de Políticas de Comunicación, conviene también para efectos prácticos, conocer primero el real significado de la palabra “Política”. Para lo cual partiremos de la primera acepción de Política que proviene del griego *Polis*, que era la forma de denominar a las antiguas ciudades griegas y que por derivación la política sería toda aquella labor realizada en la Polis. Sin embargo este término, a lo largo de los siglos se relacionó con el poder que se ejercía dentro de la Polis, lo que determinó aquella asociación común de Política con el “Poder”

Por su parte, Rodrigo Borja en su Enciclopedia de Política, sugiere que “El término política tiene también una acepción restringida que probablemente deriva del inglés *Policy* que significa conjunto de planes, sistemas, métodos, costumbres, conductas, o modo de proceder. En este sentido se podría hablar de Política económica, Política social, Política agraria, Política internacional, etc. Aquí, para Borja, la palabra adquiere un sentido distinto. Se refiere específicamente a las prioridades, a los planes y proyectos que se formulan y aplican. Por extensión y a partir de esta última significación del concepto se habla también de “las políticas” que ejecutan otras entidades o corporaciones en el ámbito específico de sus actividades” (Borja, 1997, p. 767)

De la definición anterior podemos concluir que el término Política no está referido solo a los gobiernos o las actividades relacionadas con los poderes del estado, sino que también hace alusión al conjunto de lineamientos o planes que ejecutan las compañías en el marco de sus acciones empresariales.

Entre tanto, y sobre la base de lo sustentado por Borja, la Unesco entiende por Política de Comunicación a la “Serie de principios y normas establecidas para orientar el funcionamiento de los sistemas de comunicación. Las políticas de comunicación existen en toda sociedad aunque, a veces, pueden encontrarse en estado latente y dispersas, y no claramente articulables y armonizables. Pueden tener un carácter general y presentarse como metas y principios deseables o pueden ser más específicas y perceptivas en la práctica” (Rodríguez, 1979, p.6)

Hasta aquí por Políticas de Comunicación vamos a considerar a los principios, normas, metas y perspectivas, que tienen como fin dirigir las formas de actuar de una organización y son delimitadas previamente a su ejecución.

Aplicando el contenido de estas dos definiciones al ámbito de la empresa, Gustavo Manrique Salas², Consultor en Comunicación Corporativa subraya la contribución de una política de comunicación en la gestión de la imagen de la corporación. El especialista entiende que una política de comunicación. “serán aquellos lineamientos que permitirán a la organización en general desarrollar mayores capacidades para la gerencia de su reputación, es decir su imagen tanto

²Gustavo Manrique Salas, es socio director de Stratego Consultores, miembro de la Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Panamá y presidente de la Comisión de Empresas Sede Multinacionales en Panamá, Post Grado en Comunicación Corporativa en la Universidad Católica Andrés Bello de Venezuela. Egresado del Programa Avanzado de Gerencia de la Innovación de UC Berkeley.

interna como externa, gestionar los activos comunicacionales de la empresa y administrarlos en la dirección correcta.”(Manrique, 2011)

En la misma línea de trabajo, Francisco Garrido en su libro *Comunicación de la estrategia* sostiene que las Políticas de Comunicación o Comunicación Estratégica, como también las denomina, “Son un proceso de socialización efectiva de los objetivos estratégicos de la compañía para su adecuado cumplimiento transversal, es decir desde la gerencia hacia el resto de departamentos. Su naturaleza, de ‘marco ordenador’, surge de su capacidad para alinear los esfuerzos de explicación y comprensión de los alcances e implicaciones en la vida diaria de los recursos de capital humano con que cuenta la empresa.” (Garrido, 2008, p. 108)

El autor fija de esta manera el ámbito donde les corresponde actuar a las políticas de comunicación, estas no solo implicarán la parte gerencial, sino también a todos los empleados de la compañía. En otras palabras, el éxito o el fracaso de los lineamientos puestos en práctica dependerá de cuan integrado esté a todos los niveles de la empresa. Una política de Comunicación no tiene que ser vista solo como la simple difusión de una buena imagen, sino que debe ser entendida como una estrategia conjunta que abarca todos los departamentos de la empresa. De allí, que muchas corporaciones denominan a sus políticas de comunicación como Planificación Estratégica de la Comunicación o simplemente Planes Estratégicos. (Garrido, 2008, p. 108)

Hasta este punto, por Políticas de comunicación vamos a entender a aquellas que se ocupan tanto de la imagen de la empresa interna como de la externa, ya que no es posible hablar de una política de comunicación bien aplicada cuando no se toma en cuenta el componente interno de la organización.

En la actualidad la comunicación en la empresa es considerada de importancia para el desarrollo de la misma “(...) de tal manera que sin ella será imposible que haya empresa, y de su presencia, de su utilización, dependerá no ya el éxito o el fracaso de nuestra empresa, sino su propia existencia”(Bel, 2005, p.36)

Por tal motivo, a continuación se hace necesario diferenciar entre Políticas de comunicación internas y Políticas de comunicación externas.

Políticas de comunicación interna y externa

- ***Políticas de comunicación interna***

Las Políticas de comunicación interna o simplemente comunicación interna, tienen como objetivo principal identificar al empleado con los objetivos de la empresa. Esto quiere decir, que debe hacerse sentir como suyos los logros y éxitos de la compañía, pero también sus problemas y fracasos, debido a que generalmente el empleado no colabora espontáneamente en la obtención de las metas fijadas por la dirección, y esto sucede porque a veces simplemente no las conoce, de tal forma, que puede interpretarse como apatía su posición frente a los objetivos trazados y terminar repercutiendo en los planes de la empresa. (Homs, 1990, p.67)

Por tal motivo, Antonio Lucas Marín en su libro *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*, señala “La comunicación interna tiene también una función crucial en la reunión de datos para los miembros, proporcionándoles información con sentido y es también el vehículo principal a través del cual los miembros de la empresa pueden ayudar a dirigir cambios en la misma, influyendo en las actividades de otros individuos con los que cooperan.”(Lucas, 1997, p. 164)

La comunicación interna está cimentada sobre la declaración de principios de la empresa (misión y visión) que son parte de lo que se denomina cultura corporativa, es decir el conjunto de valores y principios compartidos por toda la empresa. En el entorno empresarial la cultura asume un papel “suprapersonal”, como lo denomina Francisco Garrido, es decir impone sus reglas y pautas por sobre el quehacer de los individuos y los grupos humanos, lo que significa que se aplican a todos por igual. (Garrido, 2008, p.51)

Así mismo, agrega Garrido, la cultura corporativa es ante todo una construcción comunicacional, dado que los patrones de enseñanza y aprendizaje necesarios para su implantación requieren de una sostenida interacción y retroalimentación entre los sujetos y la compañía, y es aquí donde no solo los gerentes, sino también los empleados cumplen un papel importante en este proceso.

Son parte también de la cultura corporativa la historia de la empresa, así como el contexto en que se desarrolla, es decir todo lo que pueda generar lazos de integración y reciprocidad con el entorno laboral.

Del grado de identificación que muestren los miembros de la compañía dependerá que la cultura corporativa se refleje al exterior de la empresa, debido a que cuanto más se consoliden los patrones internos será mucho más fácil hacer frente a una cultura nueva como ocurre en el caso de las transnacionales.

“La cultura corporativa tiene un alto valor estratégico, dada su cualidad de ser difícilmente reproducible” (Garrido, 2008, p.53) es decir, no hay dos empresas que poseen una misma cultura corporativa, además en el campo laboral permitirá que los empleados no solo cumplan con el desarrollo de la estrategia de comunicación, sino que agrega un valor extra y es que debido al grado de identificación con la empresa llegan a sentir los triunfos o fracasos de la empresa como propios, lo que repercute en la productividad.

Cuando la cultura corporativa de una empresa se ha establecido lo suficiente, la compañía cumple con los empleados un rol motivador respecto a los objetivos y valores, entregándoles a su vez recompensas tangibles e intangibles a quienes actúan conforme a estos principios. Las recompensas intangibles, como una felicitación o un saludo por una ocasión especial por citar algunos ejemplos, aunque son fáciles de medir en efectividad directa, constituye formas únicas que posee la empresa para identificarse con sus trabajadores. De aquí que, como se señaló anteriormente, no pueden ser “trasplantadas” completamente de una compañía a otra, porque la forma de actuar de cada empresa es distinta, mucho más si se trata de una extranjera. (Garrido, 2008, p.55)

De la correcta formulación e integración de la cultura corporativa, surge la identidad corporativa que es una construcción paulatina que no solo se ve en las declaraciones formales de la empresa sino en su aplicación al trabajo cotidiano. Esto tiende a generar en los empleados una identidad en lo interno y una fidelidad en lo externo, que es de vital importancia para la imagen externa de la empresa.

- ***Políticas de comunicación externa***

Por su parte las Políticas de Comunicación externa parten de la idea de que la empresa no es un organismo cerrado sino que funciona en un campo inter-organizacional y que debe coordinar sus actividades con otras entidades con las que comparte algún tipo de interés. Por tanto la comunicación externa permite gestionar la imagen de la compañía a través de la comunicación y la creación de la identidad de la misma. (Lucas, 1997, p. 199)

Es importante que toda empresa tenga claro que las Políticas de Comunicación tanto interna como externa, aunque trabajan en ámbitos distintos, son complementarias y conforman una unidad indivisible.

No basta con entender la trascendencia de las Políticas de Comunicación en la organización sino que es necesario que estas tomen en cuenta algunas consideraciones para su correcta aplicación.

Una vez que se ha logrado un alto grado de identificación interna es posible desarrollar una verdadera comunicación externa. La comunicación es un “Bloque cerrado”, enfatiza José Ignacio Bel, que se fundamenta en cuatro pilares básicos: La identidad corporativa, la cultura corporativa, la comunicación interna y la comunicación externa. Los directivos que no sean capaces de organizar y desarrollar una política de comunicación basada en estos cuatro campos no estarán capacitados para dirigir una organización, lo que se pondrá de manifiesto claramente cuando surjan situaciones de crisis (Bel, 2005, p. 157).

Así mismo, José Ignacio Bel (2005, p.158), señala que la comunicación externa es importante por las siguientes razones:

- A) La organización vive permanentemente de cara al público y a su entorno próximo y por ello ha de tener un especial cuidado en el control de todos aquellos mensajes que puedan tener trascendencia informativa
- B) La importancia de la comunicación hace difícil pensar que cualquier organización, sobre todo las de tamaño medio y grande, puedan desarrollarse sin el aspecto comunicativo.
- C) A mayor proyección pública el desarrollo de la comunicación externa como instrumento de trabajo debe ser mayor, ya que en muchas ocasiones el conocimiento transparente de sus actividades posibilita mayor identificación y posicionamiento en el mercado.
- D) Las relaciones organización- público se canalizan a través de los medios de comunicación con los que tiene contacto la empresa a través de la comunicación externa.

- E) La comunicación externa forma parte esencial del concepto de identidad corporativa
- F) Permite conocer las ventajas y desventajas de los medios de comunicación para la organización

Para Antonio Lucas (1997, p. 200), la comunicación externa “Es aquella que sirve para conectar a las organizaciones con su entorno. La organización y su entorno están conectados por flujos de mensajes que proporcionan información relevante”

De la definición anterior se destaca que la comunicación externa no solo se compone de los mensajes que la empresa envía a los medios de comunicación sino también de lo que estos dicen de la empresa. Así mismo, también forman parte de la comunicación externa otras actividades realizadas por la empresa que no están necesariamente relacionadas con los medios de comunicación, tales como patrocinio, mecenazgo, relaciones públicas e incluso la responsabilidad social corporativa.

También forma parte de la comunicación externa la imagen que proyecta la empresa frente al entorno cercano, tanto en las actividades que realiza como en su funcionamiento diario. Por tal motivo resalta José Ignacio Bel, que la organización debe tener en cuenta que:

- A) Todo el mundo comunica en una organización, desde el personal técnico hasta los directivos
- B) Todos deben ser conscientes de que comunican, es decir darse cuenta que toda persona que integra una empresa puede ser en determinado momento una fuente de comunicación
- C) Todos los directores, jefes de departamento, etc. con posibilidad de ser objeto de información tienen que conocer su papel en esta área.

Es importante puntualizar, por otra parte, que la comunicación externa tiene como misión principal informar no solo comunicar, logrando que los medios de comunicación reciban de una fuente directa y confiable los datos que necesitan. Se debe tomar en cuenta que la información de la organización forma parte de la

opinión pública y cualquier cosa que se diga debe estar acorde con la imagen que la empresa quiere mostrar, debido a **que los planes de comunicación no se improvisan, es necesario tener desde el momento en que se ingresa a un nuevo mercado un plan de comunicación que permita adelantarse a los posibles acontecimientos y dar respuesta a cualquier situación que se produzca.** (Bel, 2005, p. 166)

B) Procesos de aplicación de las políticas de comunicación en las empresas transnacionales

Toda empresa debe tomar en cuenta que las Políticas de Comunicación requieren un estudio previo de la situación de la empresa tanto interna como externa, para tal efecto es necesario diferenciar, por ejemplo, las políticas corporativas de las políticas de comunicación, cuál será el diseño de las políticas de comunicación una vez estudiado el entorno y hacia donde se canalizarán estas.

Políticas corporativas y políticas de comunicación

La primera consideración que debe tener una empresa que desea delimitar sus políticas de comunicación es que, generalmente, se suelen confundir los términos Políticas corporativas y Políticas de comunicación. Las Políticas corporativas son lineamientos internos que contribuyen a que las personas relacionadas con la empresa encuentren un “modus operandi” tanto ético como laboral que está presente en la productividad de la organización. (Rugman, 1997, p. 138) Las políticas corporativas no solo abarcan los aspectos comunicacionales, sino también los aspectos esenciales de la empresa como la declaración de misión y visión.

A partir del desarrollo de las políticas corporativas es de donde surgen las políticas de comunicación, ya que como lo afirma José Ignacio Bel: “Para definir las diferentes políticas de comunicación debemos partir de los grandes principios corporativos que marcan la cultura empresarial o institucional [en términos de *management* se conocen como la visión] sin principios firmemente asentados resulta muy poco oportuna ninguna acción comunicativa” (Bel, 2005, p.46)

Determinación del diseño de las políticas de comunicación

Una vez delimitadas las políticas de comunicación la empresa debe determinar cuál será el diseño de estas políticas y que aspectos abarcará. Así según José Ignacio Bel habría que tener en cuenta que una política de comunicación debe contener los siguientes aspectos:

- A) Objetivos estratégicos de comunicación
- B) Indicadores de gestión de las comunicaciones
- C) Mapa de grupos de interés
- D) Una clara definición de los ejes de posicionamiento institucional
- E) Desarrollo de mensajes claves
- F) Una política de vocería, un manual de contingencias compartido por las diferentes áreas de la empresa (Bel, 2005, p.46)

Herramientas de canalización de las políticas de comunicación

Para la canalización de las políticas de comunicación la empresa debe hacer frente a dos opciones:

- A) Crear un departamento de comunicación independiente
- B) Determinar si la comunicación se realizará por separado en cada uno de los departamentos de la compañía. Es aquí donde surge el concepto de Dircom.

El DIRCOM

El Dircom o Dirección de Comunicación de toda empresa marca la hoja de ruta de comunicación de la empresa que va desde las decisiones hasta la ejecución. Con respecto a su ubicación dentro de la empresa, como lo afirma José Ignacio Bel, es necesario que **dentro del organigrama el Dircom esté íntimamente relacionado con la cúspide de la pirámide organizativa, con gran libertad de acción, de esta forma será mucho más fácil actuar en caso de crisis.** Esto no significa que sea independiente o que supla las labores de gerencia, por el contrario debe estar en constante comunicación con esta.

El Dircom “Es por una parte el responsable de la comunicación institucional interna y externa. Es el garante de llevar la información de la empresa o institución

y sus valores a todos los que forman parte de una organización, desde el último de los empleados al más alto de los directivos y por otra parte es el responsable de la comunicación externa. Es decir el Dircom es el responsable de las estrategias y procesos de comunicación institucional externa e interna de la organización.”(Bel, 2005, p.126)

Como afirma Antonio Lucas Marín (1997, p. 139), el Dircom “Tiene por objetivo facilitar las comunicaciones con especial atención a las comunicaciones colectivas procurando con su actividad un intercambio rápido y preciso de las informaciones necesarias o convenientes para la buena marcha de las organizaciones”

A partir de las definiciones anteriores es necesario aclarar que, contrario a lo que siempre se ha pensado, **el Dircom no es solo un gabinete de prensa ni de relaciones públicas**, sino que también se encarga de la comunicación interna y de un sinnúmero de actividades que se relacionan con todos los departamentos de la empresa. Estas actividades van desde implantar y desarrollar la cultura corporativa hasta la comunicación en el manejo de crisis.

Al respecto, es importante resaltar que en cuanto a la comunicación interna, el Dircom tiene como principal responsabilidad permitir el flujo de comunicación entre la gerencia y el resto de la empresa. Así mismo en cuanto a la comunicación externa sirve como vocero de la compañía.

Funciones del Dircom

Lucas Marín considera que el Dircom debe cumplir con 4 funciones principales:

- A) Conseguir una información descendente adecuada haciéndola llegar desde la dirección a los últimos eslabones de la jerarquía
- B) Recopilar los aspectos más relevantes de la cultura empresarial
- C) Elaborar los aspectos más específicos de su política (objetivos a corto y largo plazo)
- D) Tener una visión general de las dificultades internas y externas que deben superar en cada momento

El plan de comunicación

Como se mencionó anteriormente, para poder canalizar las políticas de comunicación el Dircom debe elaborar un Plan de Comunicación Organizacional.

El Plan de Comunicación se define como “Un método para mejorar la coherencia de las acciones al servicio de un propósito y se incluye en el campo de la comunicación organizacional en cualquier tipo de empresa, independientemente de su tamaño, campo de actividad objetivos y desafíos. El plan de Comunicación ofrece una trama global dentro de la cual la empresa establece su lugar y su papel.”(Libeart, 2000, p. 25)

De esta definición se destaca la necesidad de que todas las empresas, sin importar sus características particulares, cuenten con un plan de comunicación.

El especialista francés en Planes de Comunicación Thierry Libeart, considera 10 razones por las que toda empresa debe contar con un plan de comunicación (Libeart, 2000, p. 55):

- A) Proporciona el marco general para las acciones
- B) Incrementa el valor de la comunicación dentro de la administración
- C) Aclara el papel de la comunicación en la actividad de la empresa
- D) Abre la oportunidad para el debate interno y se puede someter a revisión las decisiones obsoletas
- E) Combate la idea de comunicación solo como vocería
- F) Permite el monitoreo, control y evaluación
- G) Permite la anticipación y el enfoque proactivo
- H) Facilita la jerarquización de las prioridades
- I) Evita las revisiones puntuales
- J) Legitima las asignaciones presupuestales en caso de cambio de rumbo.

Es necesario aclarar, que aunque en la presente tesis no se tocará a profundidad el desarrollo de los planes de comunicación, debido a que el fin de la investigación es realizar un diagnóstico de los planes ya aplicados en la empresa minera, si conviene realizar una breve mención de los parámetros generales que deben tomar en cuenta las empresas transnacionales cuando se plantean realizar un plan estratégico de comunicación.

Para Francisco Garrido, todo plan de comunicación debe ser declarado por escrito y contemplar por lo menos los siguientes puntos:

- A) Objetivos a alcanzar
- B) Mensajes a transmitir
- C) Medios a utilizar
- D) Públicos a los que se dirigen

Sin embargo el plan de comunicación no es estático, sufre variaciones a lo largo de su implementación con el fin de que se adapte a las necesidades de la empresa. Es así que “La estrategia de comunicación de la empresa cobra sentido en el largo plazo, cuando integra a todos los componentes y recursos disponibles” (Libeart, 2000, p. 55)

El plan de comunicación elaborado por el Dircom se fundamenta en:

- A) Determinar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (FODA). Las debilidades y fortalezas son internas y las amenazas y oportunidades son externas.
- B) Realizar una investigación previa, toda empresa debe saber, como se ha puntualizado a lo largo de la presente tesis, que el componente externo juega un papel trascendental en el desarrollo de una empresa, mucho más si se trata de una transnacional. A esta etapa Thierry Libeart le denomina “Auditoría” (Libeart, 2000, p. 105) y permite adaptar y afinar las acciones precedentes, ya que constituye en sí misma un acto de comunicación que se fundamenta en escuchar, es decir prestar atención no solo a los actores internos sino también externos, conocer sus necesidades, costumbres, etc.
- C) Ejecutar un monitoreo constante, esto permitirá tener un panorama general de la labor de la empresa frente a su público externo que no solo lo constituyen los clientes sino también al entorno en general, desde los competidores hasta las personas que viven alrededor de las instalaciones de la compañía.
- D) Determinar cuál será el diseño de las políticas de comunicación internas y las políticas de comunicación externas, es decir, se debe elaborar un plan de comunicación interna y externa por separado, sin que esto signifique que no estén conectados.

Con relación al plan de comunicación interna, partiremos de la premisa de que este no termina cuando un directivo transmite un mensaje al resto de los trabajadores, sino cuando recibe la respuesta del mensaje y puede medir su influencia en los empleados.

En base a las definiciones expuestas y a modo de conclusión definiremos a la Políticas de Comunicación como **“Un conjunto de principios y planes estratégicos que permiten a la empresa gestionar su reputación tanto interna como externamente. Las políticas de comunicación deben siempre canalizarse a través del Dircom o Dirección de Comunicación que es el especialista encargado de elaborar los planes de comunicación que serán aplicados a toda la empresa desde la gerencia hasta los demás departamentos”**

3. Las Políticas de comunicación en los procesos de inserción de las empresas mineras transnacionales en territorio peruano

Conociendo los conceptos básicos de empresas transnacionales y el empleo de las Políticas de Comunicación en el ámbito de estas compañías, conviene aplicar estas definiciones al sector minero peruano, en el cual se centra la presente tesis. En este apartado se desarrollarán los procesos de inserción de una empresa minera en territorio extranjero y específicamente en territorio peruano, teniendo a las políticas de comunicación como centro de los planes de ingreso

Es importante resaltar que la minería en el Perú a diferencia de otros países latinoamericanos, es uno de los sectores que más aportes ha generado a la economía nacional, como lo señala el INEI, la inversión minera en el Perú creció un 71% (Ministerio de Energía y Minas, 2011b) durante el primer semestre del 2011, lo que equivale a aproximadamente 20 millones de dólares debido a que no solo los ingresos son por las concesiones propiamente dichas, sino porque también está ligada a otras actividades como la exportación e influye indirectamente en sectores como el de los hidrocarburos.

Con respecto a la minería se sabe que esta actividad se ha desarrollado en el Perú desde la época pre hispánica y a lo largo de los siglos ha sufrido cambios importantes que van desde las técnicas de exploración y explotación hasta su impacto ambiental.

A) Proceso de Inserción de la empresa minera a territorio extranjero

Las empresas mineras para entrar a operar en un territorio extranjero deben seguir unos pasos que, aunque no siempre son los mismos (varían entre una y otra empresa minera); conservan características generales comunes que son relevantes mencionar.

El primer paso consiste en determinar si el yacimiento que se explotará contiene minerales de tipo *Commodity*³ o se trata de minerales de mayor valor. Por ejemplo,

³ Palabra inglesa utilizada para referirse a las materias primas que son objeto de demanda y que pueden ser negociadas en mercados extranjeros pero que por sí solo no tienen un valor monetario alto como es el caso del cobre frente al oro

el cobre aunque individualmente no es un mineral con gran valor en el mercado extranjero, en grandes volúmenes, tiene alta demanda por sus múltiples usos.

El segundo paso toma en cuenta las condiciones externas del país en que se va a desarrollar la explotación. Tales como la situación económica, social y política, además de la capacidad de negociación del estado receptor, su conformación política - administrativa, así como la política de atracción de inversiones que utiliza (Sánchez, 1981, p.121) Así mismo dentro del ambiente externo la compañía debe tomar en cuenta la influencia de otros grupos de poder tales como ONGS, sociedad civil, comunidades campesinas, competidores, etc.

El tercer paso consiste en participar en el proceso de concesión minera, es decir el derecho que otorga el estado para la realización de actividades mineras, sin embargo, en el caso del Perú las concesiones no otorgan la propiedad del suelo, si no que se deberá obtener de los dueños en compra o alquiler(Sánchez, 1981, p.121). Para Carolina Gamarra, en el Perú “La concesión minera no se identifica con la propiedad porque el titular de la misma no es necesariamente propietario del yacimiento ni del suelo o subsuelo en que se encuentra los minerales, ya que tal dominio en este último caso es siempre del estado” (Gamarra, 2009, p. 25). Una vez obtenida la zona de la concesión se procede al cateo⁴. Pero es el estado quien tiene la última palabra y decide finalmente qué empresa, según los expedientes técnicos presentados, cumple con las condiciones de la explotación.

Como **cuarto paso**, después de haber obtenido la concesión, se procede a la negociación del contrato de exploración. Es decir, acceder a la autorización por parte del gobierno para realizar las exploraciones preparatorias en el terreno y elaborar el informe de factibilidad.

Como afirma el ex ministro de energía y minas Fernando Sánchez Alabera, “Dentro de la negociación conviene distinguir algunos aspectos que son relevantes para el análisis. Uno es la negociación misma del contrato, tanto en lo que se refiere a su naturaleza jurídica como al tipo de relación política y económica que se establece entre las partes, como en lo que respecta a los impactos esperados sobre la actividad minera y la economía en conjunto. Estos son importantes en la medida que el contrato otorga determinadas atribuciones a los inversionistas, que implican conceder una parte de las atribuciones que la sociedad le confiere a su vez al estado.” (Sánchez, 1981, p.121).

⁴ Cateo “Acción conducente a poner en evidencia indicios de mineralización por medio de labores mineras elementales”. Perú, Ley General de Minería, 4 de junio de 1992, N° 014- 92-EM, p. 90

Un contrato minero, implica que la negociación del mismo sea beneficiosa tanto para el estado como para la empresa. Durante muchos años se ha tenido la idea de que en los países subdesarrollados que reciben inversión extranjera la distribución de los beneficios es desigual, porque se cree que los estados no son capaces de administrar o explotar sus propios recursos y necesitan de terceros para hacerlo. Esta inestabilidad en la distribución de las ganancias ha generado que las empresas decidan que sus inversiones sean a corto plazo, con el fin de maximizar sus ganancias en el menor periodo de tiempo y evitar de esta manera problemas posteriores.

Al respecto, Sánchez Albabera, subraya la necesidad de determinar de forma clara los requerimientos y lineamientos que se estipularán en el contrato. Sin restar importancia a que las empresas transnacionales determinen las condiciones y características de los recursos objeto de contratación. Esto supone decidir si los costos iniciales y riesgos de la explotación son asumidos por el país receptor de la inversión o por la empresa transnacional. (Sánchez, 1981, p.132). Todos estos aspectos son importantes porque permitirán a la empresa analizar el costo-beneficio si se decide ingresar al nuevo territorio. Es importante señalar que toda minera debe contar en el contrato con lo siguiente:

- A) Capital necesario que demanda la explotación
- B) Tipo de gerencia y tecnología requeridos
- C) Modalidad de acceso al mercado mundial
- D) Control de la actividad minera internacional

El **quinto paso** consiste en que la empresa ejecute la etapa de exploración. Este proceso cuenta con tres etapas: exploración propiamente dicha, explotación y cierre. Por el momento, cabe mencionar que estas etapas pueden ser efectuadas por la misma empresa o cada una de las etapas por empresas distintas, dependiendo de lo que se haya acordado en la concesión y en la negociación del contrato.

Es muy común que las empresas centren sus actividades en una sola etapa, debido a que cada etapa constituye un largo periodo de preparación y de investigación profunda. Esto depende del grado de inversión que piense realizar la empresa, tomando en cuenta si se trata de una empresa transnacional de gran envergadura o una pequeña empresa minera o comúnmente llamada empresas "Junior".

En el Perú, por ejemplo, se entiende por pequeña minería, a las empresas que manejan un volumen menor de 5000 toneladas de mineral por explotación y gran minería a la que maneja más de 5000 toneladas.

Las empresas transnacionales se encuentran dentro del rubro de gran minería, debido a que, para que una matriz internacional permita el ingreso de una de sus filiales a un país, se requiere la presentación de un estudio para conocer el volumen aproximado de la beta (yacimientos) a explotar, lo que permitirá a la empresa conocer el margen de ganancia, así como el total de la inversión a realizar.

El **sexto paso** consiste en el proceso de explotación, que se inicia con la elaboración de la infraestructura que puede ser en socavón o en tajo abierto, procedimientos que se explicaran posteriormente. Se prosigue con la operación, es decir la ejecución del proyecto aprobado en el estudio de factibilidad. Para la fase de operación es importante contar con las medidas necesarias para eliminar los relaves y residuos que pueden perjudicar la salud de la población.

El **séptimo y último paso** de este proceso es el cierre, es decir la finalización de la explotación en cuyo terreno se procederá a efectuar, según sean las necesidades de la población y el acuerdo previo estipulado en el contrato con la empresa, **un proyecto que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades aledañas**. Es importante destacar que en la etapa de cierre la supervisión de la calidad del agua y del suelo debe ser constante.

En este punto del trabajo resulta muy oportuno hacer notar que en el proceso de inserción de la minera en suelo extranjero, el factor socio cultural no ha sido tomado en cuenta por los autores consultados.

Para Clotilde Gouley del Centro Regional de Estudios Andinos “Bartolomé de las Casas” todo grupo humano con características compartidas forma una cultura. En este sentido, en la relación empresa minera y comunidad se forman dos unidades culturales independientes. La primera representada por la misma empresa, que en el caso de las transnacionales proviene de un país extranjero y eso la hace poseedora de una herencia cultural propia y que además comparte valores e identidad entre los directivos y empleados. La segunda representada por la propia comunidad, que ha permanecido en el lugar de explotación durante generaciones.

Por tanto, si las diferencias entre la cultura corporativa y la cultura de las comunidades no son reconocidas pueden generar conflictos violentos (Gouley, 2007)

B) Proceso de inserción de una minera en territorio peruano

En este apartado se desarrollará el proceso legal que debe seguir una empresa minera transnacional cuando decide establecerse en el Perú. Es importante destacar que todos los pasos anteriormente mencionado en el proceso de inserción de una minera a territorio extranjero coinciden con los lineamientos que establece la ley peruana que incluye otras consideraciones como la participación ciudadana en el proceso

Plan legal de inserción

Este plan oficial de inserción se encuentra estipulado en la legislación minera y en el TUPA (Texto Único de Procedimientos Administrativos) del Ministerio de Energía y Minas.

Cada empresa minera que desea entrar en el territorio nacional tiene que seguir unos lineamientos que debe iniciar antes de su inserción para evitar problemas posteriores, sobre todo los relacionados con el cuidado del medio ambiente y su relación con la población. Es importante resaltar que estos lineamientos son diferentes para la gran minería, mediana minería y minería artesanal. En el caso de la gran minería, los volúmenes de mineral explotado son mayores, el cuidado en la exploración, explotación y en el cierre son más rigurosos, en especial si la ubicación de la mina se encuentra cerca de una zona protegida o de reserva natural.

El TUPA (Ministerio de Energía y Minas, 2011c) estipula que toda empresa perteneciente a la gran minería debe seguir tres etapas para el otorgamiento de la concesión de beneficio, que se entiende como los procesos físicos y químicos que se realizan para extraer o concentrar las partes valiosas de un agregado de minerales y/o para purificar, fundir o refinar metales. Estas etapas son:

- A) Evaluación de petitorio y publicación del aviso
- B) Autorización de construcción
- C) Inspección de verificación, otorgamiento del título y autorización de funcionamiento

A) Evaluación de petitorio y publicación del aviso

La primera etapa correspondiente a la evaluación de petitorio y publicación de aviso, se inicia con la presentación del petitorio de concesión ante cualquier oficina de registro público abonando el 10% de la UIT. La solicitud debe incluir una memoria descriptiva de la planta y sus instalaciones principales, auxiliares y complementarias, así mismo el plano de la construcción y diseños de los depósitos de los relaves (Ministerio de Energía y Minas, 1992) En caso exista más de un petitorio sobre la misma concesión los anteriores peticionarios serán notificados para evitar confusiones. A partir de presentada la petición y en un plazo de 30 días será publicada en el diario oficial “El Peruano” y en otro diario de mayor circulación de la capital de provincia. Dentro de los 70 días a partir de la publicación del último aviso de petitorio, estos pasarán a la oficina del Ministerio de Energía y Minas para su evaluación

Las empresas transnacionales con sucursales en el Perú o que deseen solicitar una concesión minera deben inscribirse obligatoriamente en el Registro Público de Minería y, facultativamente en el Registro Mercantil de la Oficina Nacional de los Registros Públicos, tal como lo estipula la Ley General de Minería en su art. 303

B) Autorización de construcción

En la segunda etapa, después de publicados los resultados del petitorio, se procede a la autorización de construcción, para lo cual es necesario la presentación del Estudio de Impacto Ambiental (EIA) y la autorización del uso de aguas expedida por el Ministerio de Agricultura.

- ***Estudio de Impacto Ambiental (EIA)***

Para evitar errores en el EIA, el Ministerio de Energía y Minas ha creado una Guía para su elaboración que se encuentra disponible en la página web del ministerio y debe ser consultada por todas las empresas tanto nacionales como transnacionales que deseen entrar en territorio peruano.

En esta guía se define como EIA al “Estudio sobre los elementos físicos naturales, biológicos, socioeconómicos y culturales dentro del área de influencia del proyecto minero. El objetivo de estos estudios consiste en describir las condiciones existentes y sus capacidades de respuesta a perturbaciones, así como prevenir los impactos (efectos y consecuencias) de los proyectos y determinar las medidas de control (mitigación) necesarias para asegurar la compatibilidad entre las actividades y el medio ambiente.” (Ministerio de Energía y Minas, 1993e, p.9)

El objetivo principal del EIA consiste en reducir al mínimo la degradación ambiental innecesaria. Cualquier cambio en el medio ambiente natural o humano causado por un proyecto constituye un impacto. Es importante resaltar, como se ha dicho a lo largo de esta tesis, que no todos los impactos no son necesariamente negativos

El EIA debe entenderse, así mismo, como un proceso y un producto. Como proceso es la actividad por la cual se intenta predecir los resultados reales y potenciales de las interacciones esperadas entre un nuevo proyecto y el medio ambiente. Y como producto es el documento que contiene la información de soporte necesaria sobre el proyecto y el medio ambiente, señala los compromisos de la empresa sobre las medidas de mitigación y presenta las predicciones de impactos efectuadas por profesionales calificados.

El EIA, para ser efectivo, debe contemplar los siguientes objetivos:

- A) Describir las características pertinentes del proyecto y las sensibilidades ambientales.
- B) Describir la naturaleza y gravedad de las posibles interacciones entre el proyecto propuesto y los elementos ambientales naturales y humanos existentes del área del proyecto.
- C) Identificar las medidas a aplicar para minimizar la contaminación de recursos agua, aire, sedimentos, suelos, biodiversidad terrestre y acuática que permitan limitar los impactos a niveles aceptables.
- D) Prevenir los impactos que puedan resultar luego de la aplicación de las medidas de atenuación.
- E) Especificar todos los compromisos del proponente con respecto a la protección ambiental y a la compensación.
- F) Describir los aspectos socioeconómicos, culturales, físico – naturales y biológicos en el área de influencia del proyecto.
- G) Cumplir con las normas y protocolos ambientales del sector.

El EIA no debe ser solo un estudio técnico sino debe recoger información relevante a la zona del proyecto como preocupación social por las comunidades y sus costumbres, conservación de áreas arqueológicas, poblaciones indígenas con

especial atención al derecho de agua y tierras, reubicación involuntaria de la población incluyendo aspectos de mudanza, cuidado por los bosques tropicales y uso de cuencas si fuera el caso. (Ministerio de Energía y Minas, 1993e, p.19)

Como se mencionó anteriormente, en el plan de inserción de una empresa minera a territorio peruano se considera como requisito legal la participación ciudadana que es regulada por el Ministerio de Energía y Minas, a través de su Oficina de Gestión Social. La participación ciudadana es un elemento principal dentro de un EIA entendiéndose a esta como un proceso a través del cual se busca poner al alcance de las comunidades información oportuna y adecuada sobre la actividad minera proyectada o en ejecución. Además, permite conocer las opiniones, observaciones y sugerencias de la comunidad respecto a la actividad minera que se desarrolla o se desarrollará en la zona. (Ministerio de Energía y Minas, 1993e, p.19)

Muchos de los conflictos sociales medio ambientales, están íntimamente relacionados, según el Ministerio de Energía y Minas, con la participación ciudadana en especial con:

- A) El desconocimiento o de la falta de información.
- B) Las experiencias negativas propias o ajenas con los pasivos ambientales.
- C) La distorsión interesada de los posibles efectos de la actividad minera.
- D) La poca oportunidad de establecer un diálogo oportuno.

La participación ciudadana es un requisito fundamental dentro del EIA, sin esta es imposible que el estudio sea aprobado. Para tal fin, las empresas mineras deben trabajar la participación ciudadana en la fase de autorización de construcción. En esta fase el titular minero debe implementar algunos mecanismos preliminares como volantes, periódicos murales, entrevistas a líderes de opinión y vecinos cercanos. Las reuniones informativas, cuyo contenido **esté adaptado a las características y costumbres de la población involucrada.**

Es importante recalcar que la participación ciudadana empieza, según la ley, con un taller participativo organizado por la empresa en la zona donde se ejecutará el proyecto y que servirá para informar a la población. Pero este no es el único mecanismo, la ley deja a criterio de la empresa la implementación de las actividades que crea necesarias para trabajar con la población siempre y cuando

estas sean consultadas con la autoridad competente, en este caso el Ministerio de Energía y Minas.(2008e, p.3)

Estos mecanismos buscan identificar las preocupaciones de la población y sus inquietudes respecto al proyecto minero. También es recomendable que se elabore de manera conjunta con la población, o al menos se valide, el protocolo de relacionamiento- aquel que establece los lineamientos, principios y políticas de la relación del titular minero y las comunidades-, el plan de manejo ambiental y el plan de participación ciudadana que se requiere para el EIA

C) Inspección de verificación, otorgamiento del título y autorización de funcionamiento

Esta tercera etapa se inicia con el otorgamiento de la autorización de vertimiento de residuos industriales, es decir la autorización que permite a las empresas mineras tratar sus residuos contaminantes y arrojarlos a un cauce de río o mar, otorgado por la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) y la Autoridad Nacional del Agua (ANA).

Muchos de los conflictos sociales se han iniciado por la preocupación de la población frente al uso del agua en las actividades mineras, en especial si el agua pertenece a una reserva natural o a una cabecera de cuenca. En este sentido la empresa tiene dos opciones a contemplar en su plan de vertimiento y que deben ser dadas a conocer oportunamente a la comunidad para su aprobación. La primera es verter los residuos a algún recurso hídrico (río o mar), solo en el caso de que después del estudio se compruebe que los impactos ambientales son mínimos y la segunda es que el agua sea procesada en un circuito cerrado para que sea reusada. Muchas empresas, en especial las transnacionales que procesan grandes cantidades de mineral optan por la segunda opción aunque resulta también la más costosa. Para que una empresa trate sus propios residuos debe:

A) Someter los residuos a los necesarios tratamientos previos

B) Comprobar que las condiciones del receptor permitan los procesos naturales de purificación (Ministerio del ambiente 2012)

Una vez obtenida la autorización de vertimiento se procede a otorgar la autorización de funcionamiento, con la cual se completa el proceso de inserción en el aspecto legal.

C) Plan de inserción interno basado en las políticas corporativas y de comunicación de la empresa

En este proceso de inserción, lo principal es la información previa que la empresa recoja del país al que va a ingresar. Este recojo de información se inicia con un FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), análisis que debe incluir no solamente la información técnica sino principalmente la referida a las características de la población con la que se trabajará el proyecto, como el idioma (si fuera el caso), usos, costumbres, cultura. Etc.

Así mismo resulta importante conocer cuál es la imagen que tiene la población con respecto a la empresa y con respecto al proyecto.

Este acopio de información se puede dividir, según José Ignacio Bel, en 2 etapas:

A) Información de producción: Es aquella que la empresa requiere como insumo básico para comprender que se espera de su desempeño. Es un conocimiento interno de sus fortalezas y debilidades

B) Información de mantención: Aquella que la empresa necesita para comprender las relaciones que debe desarrollar lo que incluye el entorno externo. (Bel, 2005, p. 35)

De la efectividad del proceso interno de inserción y de la calidad de información acopiada depende el desarrollo del proceso legal de inserción, debido a que, como se ha explicado a lo largo de esta tesis, en base a los resultados de la investigación referidas a las características de la población, sus miedos y rechazos frente al proyecto se podrá elaborar una correcta estrategia de penetración.

Es aquí donde interviene la importancia de la cultura y modos de vida en la aplicación de proyectos transnacionales, porque como se ha desarrollado a lo largo de esta tesis se enfrentan dos culturas distintas, la corporativa y la de la comunidad en la que se inserta la empresa

- ***Importancia de la cultura y modos de vida***

Toda empresa transnacional que ingresa a un territorio extranjero sabe que constituye en sí misma un ente diferente frente a la zona en que busca desarrollarse. Las diferencias no solo están constituidas por las variaciones económicas o políticas, si las hubiera, sino que van muchas más allá. La diferencia cultural es un tema que por muchos años ha pasado casi desapercibido por las empresas transnacionales, debido a que les era suficiente la aprobación de los gobiernos para considerarse acopladas al nuevo territorio.

Sin embargo con la creciente ola de conflictos sociales frente a la inversión extranjera, especialmente en los países subdesarrollados, se ha comprobado que es necesario profundizar en el estudio de las costumbres y modos de vida antes de entrar a un país extranjero, de tal manera que sea más fácil aplicar estos conocimientos a las políticas de comunicación tanto internas como externas de la empresa.

Sobre la cultura

El primer concepto que es necesario delimitar para poder comprender a fondo la importancia de los modos de vida en los proyectos transnacionales es el de cultura.

Para Serena Nanda (1987, p.22) en su libro “Antropología Cultural” se puede entender como cultura: “A una conducta compartida por un grupo humano. La cultura implica tanto las normas, ideales y conductas.” Sostiene además que la cultura es adaptativa, es decir que es un estilo de vida que capacita a un grupo de gente para sobrevivir y reproducirse en un entorno cultural

La primera característica distintiva que podemos obtener de esta definición es que la cultura es un rasgo compartido por un grupo humano, es decir que no se puede considerar como cultura un conjunto de normas o ideales que no se hayan difundido y arraigado en un determinado ámbito.

Por su parte la Unesco en la Declaración de México de 1982 sobre las Políticas Culturales, define cultura como: “Un conjunto de rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social. Ella engloba además las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores tradiciones y creencias. La cultura representa un conjunto de valores únicos e irremplazables.” (UNESCO, 1982)

La definición dada por la Unesco nos permite entender con mayor claridad la trascendencia de la cultura, debido a que además de las normas y conductas citadas por Serena Nanda, adiciona el componente intelectual, afectivo y los modos de vida, que son inmateriales, pero muy importantes para entender el comportamiento humano.

Así mismo para complementar las definiciones anteriores Jorge Gonzales, agrega que la cultura es “Un modo de organizar el movimiento constante de la vida

concreta y cotidianamente. La cultura es el principio organizador de la experiencia, mediante ella estructuramos nuestro presente a partir del sitio que ocupamos en las redes de las relaciones sociales. Es en rigor, nuestro sentido práctico de la vida” (Gonzales, 1994)

Para el autor, la cultura además de ser principios compartidos juega un papel ordenador en la sociedad, es decir configura la vida en comunidad a partir del compartir diario y constante. Por tanto la cultura es la parte más importante de las sociedades de tal forma que sin ella no se podrían considerar como tal.

Influencia de una cultura extranjera en la empresa

Aplicando las definiciones anteriores al ámbito de la empresa transnacional, debemos tomar en cuenta, como se ha mencionado a lo largo de este capítulo, que nos enfrentamos a lo que podríamos llamar un encuentro de tres culturas distintas. Por una parte la empresa transnacional con sus valores y principios (cultura corporativa), por otra parte el país receptor y por último la comunidad involucrada en la inversión.

Alan Rugman (1997, p.140) en su libro “*Negocios internacionales*” entiende por cultura: “Al conocimiento adquirido que sirve para interpretar la experiencia y producir el comportamiento social.” Y advierte el autor que “Si queremos tener éxito en los negocios internacionales debemos entender las culturas de otros países y aprender a adaptarnos a ellas. En cierto modo, todos los hombres están orientados a su patria, el reto de los negocios internacionales es aprender a ampliar la perspectiva personal para no tomar decisiones basadas en ideas equivocadas.”

Las empresas transnacionales deben comprender que las comunidades no conocen cual será el desempeño de estas en la nueva zona, por lo tanto la labor de la empresa transnacional será formar la imagen con que quieren que las comunidades los conozcan. Por tanto, es trascendental no caer en el “etnocentrismo”, como lo llama Rugman, es decir la creencia de que la manera de hacer las cosas de la empresa es mejor que la de los demás. Se debe evitar tratar a la gente con aire de superioridad, con poco respeto y mostrándose inflexible. Un claro ejemplo de etnocentrismo en las empresas internacionales es aplicar en el extranjero las mismas estrategias que en su país de origen, pues están convencidas de que la forma de realizar los negocios en él es mejor que el empleado por la competencia en el entorno extranjero.

La cultura tiene diversos elementos que la conforman y que son relevantes para poder comprender en su totalidad este concepto.

El primero es el lenguaje, el conocimiento del lenguaje no solo implica hablar el mismo idioma, sino comprender la importancia que este tiene en cada región. El lenguaje para muchas culturas constituye un elemento diferenciador, es decir algo que los hace únicos sobre el resto de culturas. Es el caso de las comunidades alto andinas quechuablantes, ya que no solo consideran a su idioma como una forma de expresarse sino como componente único, que muchas veces los aparta de quienes no conocen a profundidad el idioma o necesitan intérpretes que distorsionan las expresiones y crean un clima de distancia incómodo. (Rugman, 1997, p.140)

El segundo son los valores y actitudes. Para Rugman los valores son convicciones básicas que se tienen respecto a lo que es bueno o malo, correcto e incorrecto, importante e intrascendente. Mientras que una actitud es una tendencia persistente a determinados sentimientos (Rugman,1997, p.145) Por ejemplo el valor principal de las comunidades andinas es el respeto por la tierra y por la familia, este valor los lleva a una actitud que es defender a su tierra y su familia aun a costa de su desarrollo personal. Esta actitud para una empresa extranjera acostumbrada a promover el desarrollo individual de sus empleados muchas veces puede parecer incluso extraña.

El tercer elemento lo constituye la educación. Es muy común que cuando una empresa trasnacional ingresa a un nuevo territorio busque reducir costos contratando mano de obra del país donde se inserta, por tal motivo necesita determinar el nivel educativo de la población para saber con qué recursos cuenta, sin embargo en poblaciones con un bajo nivel educativo será mucho más difícil contar con personal capacitado para las labores. Los índices de analfabetismo, por su parte, no indican si la calidad de educación que brinda el país es lo suficientemente buena como para que la oferta de graduados satisfaga las demandas de la empresa.

Frente a estos elementos, Rugman concluye que es necesario que las empresas extranjeras cuenten con programas de capacitación para que su personal pueda conocer a fondo la cultura en la que trabajará y el contacto con la población sea mucho más fácil. Entre los principales indicadores o tipos de capacitación a los que se debe someter el personal se encuentran:

- A) Instrucción ambiental.- Conocimiento de los recursos ambientales de la zona y los proyectos de conservación

- B) Orientación cultural.- Sobre costumbres y modos de vida
- C) Asimilación cultural.- Sobre la adaptación al nuevo país
- D) Enseñanza del idioma
- E) Programa de sensibilización.- Sobre las perspectivas de desarrollo que ofrece la empresa
- F) Experiencia de Campo

En las empresas mineras existe una gran diferencia entre la imagen que desean proyectar a las comunidades cercanas y la imagen que estas perciben de la empresa. Sin embargo para hablar de la percepción hacia una determinada empresa minera es necesario estudiar primero la imagen que se tiene del sector minero en general.

La imagen que las comunidades andinas tienen de las empresas mineras en el Perú presenta rasgos positivos y negativos, se enfrentan valores fuertemente arraigados como el cuidado de su ecosistema y su vida cotidiana con la posibilidad de obtener a través de la minería una fuente de riqueza y trabajo. Sin embargo cabe resaltar que esta última depende de la seguridad que proyecte la empresa, es decir de la capacidad de lograr que las comunidades se sientan confiadas frente a los planes que piensa desarrollar la compañía.

Hugo Fernández, en su libro *“Plan Estratégico de Comunicación en la industria minera”* sostiene que la minería presenta dos rasgos ambivalentes. “Es en primer lugar para las poblaciones andinas una fuente de riqueza y poder, el hallazgo o la explotación de una mina minera son vistos como grandes oportunidades de enriquecerse y desarrollarse pero a la vez como una transformación no deseada de su ecosistema y vida cotidiana” Así mismo señala “Los beneficiarios de esta riqueza son percibidos como ajenos al entorno local y por ende existe una sensación de pérdida de recursos propios que, sin embargo, no podrían ser utilizados por ellos por razones tecnológicas” (Fernández, 2006, p. 18)

El antropólogo Juan Ossio, en la misma línea de trabajo y con relación a la imagen que tienen las comunidades de la empresa minera resalta que : “Para un porcentaje de la población, la minería aun cuando encierra un gran potencial no ha tenido una buena imagen en el mundo rural, esa imagen se remonta al tipo de minería desarrollada a lo largo de la historia [...] Así mismo en la tradición andina queda la imagen de una minería con poco interés por la protección del

medio ambiente que se traduce en una práctica contaminadora, existe un mal recuerdo de la minería [...] Sin embargo, otro gran porcentaje nos confirma que las poblaciones han tomado conciencia que la minería puede ser un factor de desarrollo, y por otro lado, que hoy las técnicas que se emplean no tienen por qué ocasionar la destrucción del ambiente”(Ossio,1999, p. 85)

De lo manifestado, podemos resaltar el grado de dualidad en cuanto a la imagen de la minería en la población rural, por un lado la idea de progreso y por otro la de contaminación y destrucción del medio ambiente. Sin embargo esta imagen, como menciona Ossio, es producto de una tradición que las empresas no han podido superar muchas veces debido a la falta de políticas de comunicación y planes estratégicos bien implementados.

Por tal motivo ante este panorama Baltazar Caravedo, experto en responsabilidad empresarial y minería señala: “Hoy la empresa adquiere una nueva significación y debe redefinir su relación con la sociedad. La salud de la sociedad sobre la que se asientan las empresas es una cuestión fundamental. Como se ha dicho en otras oportunidades no hay empresas sanas en sociedades enfermas. La mejora en la calidad de vida de las sociedades es una cuestión de estrategia de las mismas empresas. Hoy es necesario tomar en consideración tres dimensiones fundamentales: la económica, la laboral, y la de la comunidad” (Caravedo, 1998, p. 8)

Toda empresa minera tiene que tomar en cuenta que, como afirma Caravedo, la preocupación por el entorno es una cuestión de estrategia, es decir no se puede tomar la responsabilidad social y el trato con las comunidades como una cuestión independiente de los planes de la compañía, por el contrario debe ser la base de todo proyecto, especialmente si se trata de minería.

Para Hugo Fernández, aunque cada comunidad es diferente y cuenta con rasgos particulares, es importante que las empresas mineras tomen en cuenta algunos aspectos comunicacionales que les permitirán tener una mejor relación con las comunidades rurales:

- A) Respeto cultural: Debe haber un respeto estricto a las personas, sus autoridades y sus costumbres aunque estas parezcan extrañas o aberrantes
- B) Respeto institucional: Debe respetar las instituciones locales, sus mecanismos internos, y sus autoridades sin menospreciarlas u obviarlas

- C) Paciencia en el diálogo: El ritmo de vida de las comunidades rurales es más lento, de igual forma los diálogos pueden prolongarse y las decisiones dilatarse. Deben plantearse objetivos y cronogramas pero también saber escuchar y entender a los interlocutores.
- D) Formalidad: Todos los acuerdos deben formalizarse con la participación de las autoridades e instituciones pertinentes, de igual modo no debe firmarse nada que la empresa no asuma como un compromiso
- E) Transparencia: Todas las reuniones deben ser de conocimiento público así como los acuerdos a los que se llegue.
- F) Planificación: Antes de diseñar la estrategia se debe hacer un listado de las poblaciones (ciudades y pueblos), sus instituciones, y sus respectivas autoridades y representantes
- G) Participación: Se debe participar en los acontecimientos importantes para la localidad. Así mismo es importante participar en las situaciones de emergencia de la comunidad.

Las estrategias de comunicación aplicadas a las comunidades no solo consisten en la realización de proyectos de desarrollo o responsabilidad social, sino que implica como primer paso el conocimiento previo de la cultura, modo de vida y costumbres de las comunidades en cuestión, solo de esta forma las estrategias a implementar tendrán bases sólidas

Dificultades de la inserción: Principales argumentos contrarios a la minería

Las empresas mineras transnacionales, en su intento por insertarse en el territorio peruano han recibido muchas críticas de parte de la población sobre todo en las zonas rurales, que ven en esta actividad extractiva un peligro para el desarrollo de otras actividades que les permiten subsistir como la agricultura. En este apartado se dará un panorama general a las principales dificultades y argumentos en contra de la minería en el Perú

Minería y agricultura

Partiremos de la idea de que el Perú es un país minero, pero también es un país agrícola. Esta dualidad ha producido durante años muchos debates sobre la preeminencia de una de estas dos actividades sobre la otra, los argumentos se

han basado principalmente en la preocupación por la salud, cultura y medio en que se desarrolla el hombre, debido a que todas las acciones de los gobiernos deben centrarse en la protección y respeto por los derechos del ser humano.

Sin embargo, y a pesar de los debates, no se trata de prescindir de una de las dos actividades, por el contrario se busca que las dos convivan armónicamente, asumiendo de antemano, el impacto que su desarrollo implica para el medio ambiente y para la población en general.

Es importante partir del hecho que tanto la minería como la agricultura impactan en el medio ambiente, sin embargo este impacto será mayor si su desarrollo no es el correcto. En esta tesis se busca analizar cada una de las posturas con respecto a la minería y agricultura por separado con el fin de comprobar su relación en el entorno rural peruano.

Pese a los altos ingresos que genera el sector minero, existen posiciones en contra con respecto a su repercusión en el ámbito social y ambiental. En este apartado desarrollaremos las principales posiciones en contra de la minería vinculadas con el hecho de colocarla por debajo de la agricultura, como se mencionó anteriormente

Posiciones en contra de la minería con respecto a la agricultura

La primera posición en contra a la minería, es la idea de que esta no respeta la propiedad de tierras agrícolas, que en muchos de los casos son comunitarias.

Para Carolina Gamarra (2009, p. 152) en su libro “*La concesión minera*” el derecho peruano reconoce dos tipos de propiedad con relación a la concesión minera. La primera es una propiedad civil que corresponde al propietario del predio, que puede ser una persona o una comunidad y la segunda, una propiedad real sobre los minerales que se encuentran dentro del mismo predio, cuyo dueño inmediato es el Estado, pero que puede concesionar a un tercero. Esta doble propiedad hace que ninguno de los dos propietarios tenga derecho a explotar el terreno sin el permiso del otro.

Esto genera en una primera instancia un importante conflicto jurídico, que en la ley minera no ha podido resolverse aún. Durante mucho tiempo se ha creído que se debería favorecer únicamente al propietario de los minerales, debido a las importantes divisas que genera esta actividad. Como afirma el Centro

Peruano de Estudios Sociales (CEPES) “no se observa, por parte del Estado una actitud vigilante respecto de los derechos de los propietarios de las tierras, quizá por considerar tan solo el aporte de la minería en la economía y al ingreso de divisas”

Por su parte, la Ley de tierras en el artículo 7 señala que: “Sin acuerdo previo con el propietario de las tierras, no procede establecer derechos de explotación minera. En caso que el yacimiento sea considerado por acuerdo del Consejo de Ministros de interés nacional, previo informe del Ministerio de Energía y Minas, el propietario será compensado previamente, por el titular del derecho minero con el justiprecio” (Gobierno del Perú, 1995a, art. 7)

Es decir, es imposible legalmente que una empresa minera explote un yacimiento sin contar con el permiso previo del dueño de la tierra, porque de lo contrario atentaría contra la ley y tendría que someterse a una sanción.

Por otro lado, y es aquí donde radica la crítica por parte de las comunidades hacia la actividad minera, el gobierno establece en la ley de tierras, una aparente solución al problema de propiedad que consiste en que la empresa concesionaria al momento de la adquisición pague una indemnización a favor del propietario de las tierras, la misma que no solo debe referirse al valor de mercado de las tierras sino además en la reparación del **“Proyecto de vida”**. Es decir, vinculándolo directamente con la agricultura, la indemnización compensaría el hecho de que un agricultor deba abandonar su predio o transformarse en inversionista minero, casi imposible en el caso de las comunidades rurales con extrema pobreza, lo cual perjudica su proyecto de vida pues siempre ha desarrollado la actividad agrícola sobre el predio. (Gamarra, 2009, p. 156)

Sin embargo, esto solo se aplica si el territorio es adquirido por la empresa minera directamente a sus propietarios, más no si es el Estado quien asume la propiedad de los predios previamente, lo que se conoce jurídicamente como Expropiación, definida por la Ley peruana de expropiación como: “La transferencia forzosa del derecho de propiedad privada, autorizada únicamente por ley expresa del Congreso en favor del Estado, a iniciativa del Poder Ejecutivo, Regiones o Gobiernos Locales y previo pago en efectivo de la indemnización justipreciada que incluya compensación por el eventual perjuicio.” (Gobierno del Perú, 1999b)

En el caso de que el gobierno optara por la expropiación de los terrenos los dueños, es decir los campesinos o comunidades, solamente recibirían el importe de la compra y una mínima indemnización, que no incluye la compensación por proyecto de vida, lo que perjudica directamente a las comunidades.

Un ejemplo claro es el caso de la mina Tintaya, ubicada en el pueblo de Espinar departamento del Cuzco. El Estado expropió los terrenos en los que se produciría la explotación y los concesionó a la empresa australiana BHP Belliton quién pagó directamente al Estado por las propiedades, por lo cual la empresa estaba exenta de invertir o realizar otro pago a las comunidades, debido a que era el Estado el obligado a realizar con el dinero de la concesión obras de infraestructura y a responsabilizarse si ocurría algún accidente que afectara a las comunidades. Pero las consecuencias ambientales no fueron las esperadas y las comunidades demandaron a la empresa por 2 millones de dólares sin incluir al Estado, directamente responsable en este caso en la demanda.

Sin embargo, la situación es mucho más compleja si se trata de tierras comunitarias, como en la mayoría de asentamientos mineros en el Perú, donde de las casi 1.8 millones de unidades agropecuarias menos del 8% poseen más de 20 hectáreas (Trivelli, 2006, p.13), es decir, muchas de ellas tienen entre 1 a 5 hectáreas y por lo tanto les es necesario agruparse para poder comercializar en mayor cantidad sus productos, lo que genera que las empresas mineras no solo tengan que negociar con un único propietario sino con toda la comunidad.

Como afirma el CEPES, “La propiedad comunal se diferencia de la propiedad privada porque la propiedad comunal es una forma de propiedad colectiva en la cual la titularidad recae en la colectividad formada por la comunidad” (Cepes, p. 18)

Es decir, los propietarios reparten no solo las obligaciones sino también los derechos en forma conjunta, es aquí donde el Estado debe cumplir un rol mediador asegurando el respeto de los contratos de explotación de tal manera que las comunidades confíen en que los compromisos de las empresas sean cumplidos y que los programas de desarrollo que implanten las mineras tengan una aplicación correcta.

Al respecto en el informe del SEPIA XII (Seminario Permanente de investigación agraria) realizado en Tarapoto, Perú, del 13 al 16 de agosto del 2007, se señala: “Este es un tema de especial vigencia en el caso de las industrias extractivas en el Perú donde el Estado no establece su presencia allí donde han entrado las grandes corporaciones “Privatizando” la responsabilidad social en las localidades. Esta política estatal, sin embargo, parece no haber dado los resultados esperados a decir de la multiplicación de los conflictos socio-ambientales y el clima de inestabilidad en sitios extractivos, a pesar de los esfuerzos corporativos para mejorar su desempeño ambiental y social”

Por tanto, el éxito de los programas sociales y sobretodo lograr cambiar la imagen errónea de que la minería expropia arbitrariamente las zonas agrícolas

no solo depende de las empresas, sino también del gobierno quien es el garante legal de la explotación.

La segunda posición en contra de la extracción minera respecto a la agricultura, es que las zonas agrícolas no progresarán ni durante ni después de la explotación.

Esta crítica se sustenta en el alto grado de contaminación que se le atribuye a la gran minería y a la minería artesanal, lo que genera la contaminación del agua y el suelo que son elementos vitales para el desarrollo de la agricultura, y en general para la vida del hombre.

Con respecto a la contaminación del suelo, es importante saber primero que el suelo está compuesto por los denominados “Elementos esenciales”, es decir aquellas sustancias químicas de origen natural que necesita la vegetación para vivir. Unos en mayores proporciones como el nitrógeno, el fósforo y el potasio; otros en cantidades medianas como el calcio, azufre, magnesio y otros en pequeñas cantidades como el fierro, manganeso y zinc (Seoáñez, 1999, p.18). Estos elementos se encuentran en el suelo en diferentes formas (líquidas o sólidas) dependiendo el clima, el agua etc.

Tanto en la agricultura como en la minería con el fin de elevar la calidad del suelo es necesario muchas veces adicionarle otros componentes químicos, sin embargo la incorrecta aplicación de estos componentes puede provocar problemas de contaminación no solo en la superficie del suelo, sino también en las aguas superficiales y subterráneas, en los vegetales e incluso en los animales.

Para el ingeniero Mariano Seoáñez, en su libro “*Contaminación del Suelo*”, un suelo está contaminado “Cuando algún elemento o producto presente en él supera en concentración el nivel de fondo local o el nivel de referencia” (Seoáñez, 1999, p.54). Es decir, cuando un elemento, que puede ser propio de la composición del suelo, como por ejemplo el plomo o un elemento externo como algún pesticida, excede los niveles permitidos para el consumo humano y la salud.

Frente a esta acumulación extrema de minerales, como resalta Seoáñez, el suelo puede actuar de tres formas (Seoáñez, 1999, p.157):

A) Como tampón, es decir el suelo busca minimizar la contaminación transformando los minerales en menos agresivos a través del agua que los transporta y evita que se esparzan, a menos que el volumen de contaminación sea tal que el suelo no sea capaz de procesarlos.

B) Como transformador, es decir degrada el exceso de mineral y lo utiliza muchas veces en su beneficio o en el de los seres vivos.

C) Como filtro, que es la reacción más peligrosa y la que está íntimamente vinculada con la minería debido al alto grado de mineral y residuos que se procesan. En esta reacción el paso del agua a través del suelo hace que este retenga los productos químicos contaminando y alterando el medio ambiente.

Esta clasificación es importante, debido a que en lo que respecta al tema de minería, y a diferencia de otras actividades menos peligrosas, el suelo, sino no se realiza un correcto sistema de eliminación de desechos, actúa generalmente como filtro evitando el desarrollo simultáneo o posterior de otras actividades como la agricultura.

Esto se debe a que la minería hace uso de minerales pesados, es decir que no serán transformados naturalmente por el suelo, sino que es necesario que sean procesados por el hombre para evitar su propagación como el zinc ,plomo ,cobre, cadmio, etc.

Soárez afirma, que la concentración de estos minerales permanece invariable durante años presentándose en el suelo como contaminantes irreversibles. Por ejemplo se sabe que la vegetación asimila el cadmio de suelos contaminados lo que puede perturbar gravemente a las plantas y a los mamíferos que las consuman (Soárez, 1999, p.170).

En la misma línea de trabajo, Rosario Alonso, en su libro “*Suelos contaminados*” afirma que “La explotación minera se encuentra entre las mayores fuentes de residuos, algunos de ellos conteniendo grandes cantidades de sustancias peligrosas, como son los metales pesados, representando por tanto un riesgo más significativo (...) La afección inevitable al medio ambiente y al paisaje que presentan este tipo de actividades hacen necesario la aplicación de importantes medidas de control a fin de dar respuesta a los desafíos del desarrollo sostenible” (Alonso, 2002, p.46)

De la cita anterior podemos resaltar que la contaminación por explotación minera necesita un sistema de rehabilitación de suelos que aplique además medidas de control para evitar nuevos focos de contaminación.

Sin embargo, como se afirmó anteriormente, las posiciones en contra de la minería sobre todo por parte de las mismas comunidades, aclaran que no solamente el suelo se ve afectado por el desarrollo de esta actividad, también el agua sufre grandes consecuencias

El agua no solo se contamina con el vertido directo de los relaves o residuos químicos en los ríos o lagunas, sino también se contamina con la liberación de gases del suelo, como es el caso de las aguas subterráneas o como transportador de residuos contaminados (Cruz- Guzmán, 2007, p.19). El agua tiene diversos usos en la vida del hombre, ya que sirve para el consumo humano, para la agricultura, la industria, etc.

Según el último informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) solo el 2.53% del total del agua del mundo es agua dulce y por tanto apta para el consumo humano, el resto es agua salada. Sin embargo este pequeño porcentaje es contaminado anualmente por cerca de 2 millones de toneladas de desechos que incluyen principalmente residuos químicos (industriales) y agrícolas (pesticidas, detergentes, etc.) (FAO, 2003, p.9)

Así mismo, el 24 % del total de agua apta para el consumo humano es utilizada en las industrias, señala la FAO y aclara que “La industria puede constituir una amenaza crónica debido al vertido constante de efluentes o bien una amenaza crítica si por fallo accidental, se genera una contaminación intensa en un periodo corto”

En el Perú se han producido muchos accidentes de tipo industrial minero que han contribuido a acrecentar la mala imagen que tiene la población y sobre todo las comunidades sobre la minería. Un caso importante fue el de la minera “Caudalosa Chica” y la contaminación del Río Marañón. Esta empresa durante el año 2008, estaba ubicada cerca del poblado de Lircay en Huancavelica y contaba con un depósito de relaves que soportaba cerca de 57. 984 metros cúbicos, sin embargo este depósito no estaba bien construido y colapsó contaminando además del río Marañón sus afluentes, como los ríos Huachopalpa, Opamayo, Lircay, Urubamba, y Cachi. Así mismo cabe resaltar que los ríos afectados eran utilizados por la población para el consumo humano, debido a que el 40% de las comunidades aledañas no contaban con agua potable y se encontró en estas aguas altas cantidades de plomo y mercurio. (“Peritos confirmaron”, 2010)

Es importante resaltar que la contaminación del agua está íntimamente relacionada con la contaminación del suelo sobre todo en las zonas agrícolas, “La intensidad y frecuencia del aporte de agua, ya sea por lluvia o riego, afectan en gran medida al movimiento y distribución de los residuos contaminantes (plaguicidas, químicos, etc.) en el suelo. Las lluvias que ocurren poco después de la aplicación o el vertido (su intensidad, frecuencia, distribución y estacionalidad) tienen influencia en la cantidad de residuos lavados, ya que la retención aumenta progresivamente con el tiempo de residencia” (Cruz-Guzmán, 2007, p.44)

Por ejemplo en una zona lluviosa como el caso de la selva o ceja de selva cuando el vertido de un relave se realiza en los meses de verano, el riesgo de los residuos “lavados” (es decir en estado líquido y de mayor absorción) es mucho mayor que durante las épocas de invierno en que los metales quedan en estado sólido debido a las bajas temperaturas.

Tanto en el caso de la contaminación del agua y como en el del suelo, aunque los índices de desechos químicos sean altos, es posible llegar a un mínimo impacto ambiental si las empresas mineras toman las medidas necesarias para evitar la contaminación o los accidentes peligrosos como el de “Caudalosa Chica”. De las posibles medidas se hablará posteriormente, lo que es importante recalcar es que es también deber del Estado ejercer un permanente control de la aplicación de las medidas sanitarias correspondientes. En el caso del Perú con organizaciones como el Organismo de evaluación y fiscalización ambiental (OEFA) o la Autoridad Nacional del Agua (ANA)

Minería y Medio Ambiente

La principal preocupación de las comunidades, sociedad civil y Estado con relación a la actividad minera es que con esta se afecte de forma permanente el medio ambiente. A lo largo de este apartado creemos oportuno desarrollar los conceptos de impacto ambiental y desarrollo sostenible además de la importancia que tiene para la industria minera la identificación de estos conceptos. Así mismo se detalla las acciones que pueden realizar las empresas mineras y que ocasionarían daños al ambiente. Se realizará también una breve explicación de los programas de vigilancia ambientales y de los procesos de restauración y técnicas de saneamiento que pueden reducir el impacto ambiental al mínimo y generar una minería responsable.

La responsabilidad ambiental debe constituir una obligación en la actividad minera. La empresa tiene que asegurarse de contar con todos los recursos para evitar riesgos, así mismo, tiene la responsabilidad ética de aplicar el mejor conocimiento científico y tecnológico para anticipar deterioros ambientales

Impacto ambiental

Un primer concepto que es importante aclarar es el de Impacto Ambiental. El Consejo Nacional del Ambiente, define Impacto Ambiental como “Las alteraciones de los sistemas naturales y de sus recursos provocadas por acciones humanas” (Instituto de Estudios Medio Ambientales, 2003, p.167)

Es decir, puede considerarse como impacto ambiental los efectos en mayor o menor grado, provocados sobre una determinada zona natural. Sin embargo la

principal inquietud está puesta en la medida en que estos efectos pueden considerarse como dañinos para el medio ambiente. Para lo cual, se plantea la creación de las “Estimaciones de Impacto” o de los “Estudios de Impacto ambiental”, de los que se hará referencia posteriormente. Por el momento conviene aclarar que estos análisis preventivos están destinados a establecer cómo y en qué grado las acciones humanas degradan el ambiente. (Instituto de Estudios Medio Ambientales, 2003, p.167)

Es conveniente, sobre todo en el caso de la minería, que estos estudios se lleven a cabo antes de realizar el proyecto, como lo señala Manuel Pulgar Vidal de la Sociedad de derecho ambiental “La evaluación de impacto es de naturaleza preventiva antes que correctiva, y está destinada a dar a conocer los potenciales y previsibles impactos que un proyecto puede generar y ayudar a planificar las medidas que se deben tomar a fin de prevenir, disminuir, mitigar o eliminar esos impactos” Así mismo afirma “Para el ciudadano la evaluación de impacto es fundamentalmente una herramienta de información oportuna, adecuada y suficiente para conocer las características ambientales y sociales de un proyecto propuesto y el momento en el cual puede y debe ser consultado sobre sus inquietudes respecto a él.” (Pulgar Vidal, 2003, p. 3)

La evaluación de impacto ambiental, como se ha mencionado en la cita anterior, no solo busca prevenir los posibles daños que se puedan ocasionar por un proyecto en una determinada zona, sino que también es un instrumento eficaz de participación ciudadana, ya que debería permitir a la población afectada conocer de cerca y oportunamente el grado de daño que ocasionaría la actividad minera en su región. Por tal motivo, es importante recordar que los efectos que se generen en el medio ambiente tienen una repercusión directa en la población y su desarrollo.

Es así que con el concepto de Impacto Ambiental se encuentra íntimamente relacionado el segundo concepto al que haremos referencia, es decir el Desarrollo Sostenible.

Desarrollo sostenible

Para Jorge Lescano en su libro *Manual de desarrollo sostenible*, el Desarrollo Sostenible implica “satisfacer las necesidades de cada cual y ofrecer oportunidades para todos, así como prevenir la Pobreza, Desigualdad, Supervivencia humana y Degradación ambiental” (Lescano, 2009, p.18)

En esta definición podemos destacar que el desarrollo es entendido como un todo, es decir no solo implica un buen nivel educativo o económico, sino que

también busca que el medio en el que se desarrolla el hombre sea el adecuado. Sin embargo el desarrollo no solo demanda el bienestar a corto plazo sino también a largo plazo.

Para la UNESCO en el “Informe Brundtland” de 1987 se entiende por Desarrollo Sostenible “satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer la capacidad y las oportunidades de las generaciones futuras”⁵

Es decir, con el desarrollo sostenible se busca la protección de los recursos necesarios para la vida del hombre de forma eficaz pero sobre todo permanente.

Por su parte, El Consejo Nacional de Ambiente define Desarrollo Sostenible como “Un proceso de mejoramiento sostenido y equitativo de la calidad de vida de las personas, fundado en las medidas apropiadas de conservación y protección ambiental, de modo de no sobrepasar su capacidad de recuperación ni de absorción de desechos” (Lescano, 2009, p.20)

De la cita anterior podemos destacar que el Desarrollo Sostenible consiste en mejorar la calidad de vida de la población a partir de la protección conjunta (Gobierno, comunidades y empresas) del medio en el que esta se desarrolla. Además sugiere que esta protección se logra, de forma práctica a través del uso responsable de los recursos naturales evitando que colapsen o se pierdan permanentemente.

Es importante aclarar, que las “Estimaciones de impacto ambiental” o “Los estudios de impacto ambiental” no consiguen el desarrollo sostenible, pero pueden ayudar tempranamente para guiar a los responsables de la toma de decisiones en esa dirección, sobre todo en el caso de las empresas, a incorporar en los costos de explotación las medidas de protección ambiental.

Minería informal

Las críticas a la gran minera, como se ha desarrollado a lo largo de esta tesis, muchas veces se fundamentan en el empleo indebido o poco responsable de los materiales químicos. Sin embargo, en el Perú el índice de contaminación por minería informal es mucho más alto que el generado por la minería formal. Actualmente es muy poco lo que el Estado ha podido hacer para regular esta

⁵ El “Informe Brundtland” fue creado en 1987 para la ONU, por un equipo encabezado por la doctora Harlem Brundtland. Este informe se llamó originalmente “Nuestro Futuro Común” y emplea por primera vez el concepto de desarrollo sostenible creando una nueva idea de desarrollo especialmente la referida al medio ambiente.

actividad que no solo acaba con el habitat sino también con la vida de los que están expuestos a esta contaminación.

En este apartado se explicará brevemente los alcances que ha tenido en el Perú la minería informal. Las diferencias entre la minería formal y la minería informal y los riesgos que genera este tipo de práctica y la forma en que puede la minería ilegal convertirse en legal.

La minería informal, también llamada minería ilegal, tiene como característica principal que no está controlada ni regulada por el Estado y la práctica de esta utiliza mecanismos que no cumplen con las normas pertinentes de seguridad tanto en la extracción como en el transporte y la comercialización de los minerales. (Medina, 2007, p.3)

Para Víctor Torres (2007, p. 123) en su libro *“Minería artesanal y a gran escala en el Perú”* “La informalidad en la minería tiene 2 ejes de análisis: Se es informal cuando no se tiene un título que respalde la actividad y cuando al realizar el proceso productivo no se cumple con las obligaciones que exige el marco legal vigente en el país”

En el Perú se calcula que anualmente el 18 % de las importaciones mineras totales corresponde a la minería informal, lo que equivale a aproximadamente 1000 millones de dólares. (“Minería informal”, 2011) Así mismo en Piura solo la exportación de oro de manera informal haciende a 250 millones de dólares al año, como lo explica el Ministerio de Energía y Minas (“Minería informal un...” 2011)

Sin embargo en la mayoría de las legislaciones de los países latinoamericanos, incluyendo el Perú, existe confusión de términos entre la minería informal, la minería artesanal y la pequeña minería.

En el Perú la principal diferencia entre la minería artesanal y la pequeña minería es el volumen de mineral que extraen.

Para la Ley General de Minería son pequeños productores mineros los: “Que posean cualquier título hasta 5 000 Has. y su producción no exceda 350 Toneladas al día” Además resalta que “El pequeño productor minero está exonerado del pago de todos los impuesto que graven sus operaciones de financiamiento, tanto como identidades estatales como personas naturales y jurídicas”(Gobierno del Perú, 1992, art. 164 y art. 170)

Es decir el Estado ofrece a los pequeños productores mineros la exoneración de los impuestos, lo que genera en cierto modo que esta actividad sea aún más rentable aunque sea en pequeña escala.

Ahora bien, con respecto a la minería artesanal, el Instituto de Ingenieros de Minas del Perú, la define como: “Aquella que tiene una capacidad instalada de producción o beneficio de hasta 25 toneladas de mineral al día y una extensión territorial de hasta 1000 Has.” (Instituto de Ingenieros de Minas, 2011, p. 15)

Así mismo, en cuanto a su proceso productivo la minera artesanal no implica mayor planificación y delimitación temporal, a diferencia de la gran y pequeña minería esta solo cumple dos etapas Explotación y beneficio. En la mayor parte de zonas mineras la explotación se realiza prácticamente de manera simultánea a la explotación.

Cabe resaltar además, que la minería artesanal es básicamente de “Subsistencia”, es decir que las ganancias de la explotación son utilizadas para cubrir las necesidades básicas de los productores y sus familias. La minería artesanal se realiza, generalmente, con métodos manuales y/o equipos básicos. (Torres, 2007, p. 67)

En el Perú para ser minero artesanal se requiere realizar un proceso administrativo de petitorios mineros, esta titularidad de Productor Minero Artesanal se aplica tanto a los derechos como deberes de explotación en el ámbito nacional. Quien desee acreditarse como tal deberá contar con el título de propiedad del terreno y el pago de Derecho de Vigencia, es decir el derecho de explotación renovable. (Torres, 2007, p. 137)

Sin embargo, gran parte de los mineros artesanales no cumplen con estos requisitos, lo que los convierte automáticamente en mineros informales. Víctor Torres sostiene que la “característica más elemental de la informalidad en la minería artesanal se constituye cuando esta se desarrolla sin poseer derechos mineros propios o en un terreno de terceros sin una debida autorización o compromiso contractual” (Torres, 2007, p. 122)

Además se debe entender que la informalidad incumple con las normas tributarias, laborales y ambientales convirtiéndose en un gran riesgo para los que la practican.

En muchas zonas del Perú la minería artesanal informal es una actividad altamente riesgosa como medio de sustento del trabajador minero, ya que en muchos casos no todas las campañas o extracciones son productivas debido a los métodos que utilizan y la falta de mano de obra, es de esta forma como la participación de mujeres e incluso niños en esta actividad jueguen un rol importante para su supervivencia (Romero, 2005, p. 31).

Tradicionalmente la minería ha sido identificada como una actividad realizada por hombres, pero en la minería artesanal se trata de una actividad intensivamente familiar.

Por ejemplo, como señala María Kathia Romero en su libro *Formalización de la minería en pequeña escala en América Latina y el Caribe* “En la mayoría de los casos, las mujeres se ven obligadas a ir a trabajar con sus niños más pequeños a las minas pues no tienen con quien dejarlos, más adelante, estos terminan involucrándose en el trabajo directo. Así mismo, mediante el uso de quimbaletes, las mujeres realizan el procesamiento del mineral, quedando expuestas junto con sus hijos a la contaminación con mercurio” (Romero, 2005, p. 31).

Para José de Echave los riesgos de la minería artesanal informal para la vida y la salud de las familias mineras se pueden diferenciar por las etapas del proceso minero artesanal. En la etapa de explotación, los riesgos pueden ser incrustación de esquirlas en los ojos, accidentes por desprendimiento de rocas, explosión prematura, envenenamiento por gases, asfixia, desgarros musculares, problemas en la columna, entre otros. Mientras que en la etapa de beneficio la familia minera se enfrenta a afecciones respiratorias, cortes, contusiones, esquirlas, disminución de la audición e intoxicación por mercurio (Echave, citado por Torres, 2007, p. 239).

Sin embargo, los daños de la minería informal no solo afectan directamente a quienes realizan la actividad, sino que también generan efectos negativos en el medio ambiente perjudicando a comunidades enteras.

Para Víctor Torres, “El principal impacto medio ambiental y a la salud que ocasiona la minería informal se relaciona con el uso del mercurio en la etapa de beneficio, pues como resultado de este proceso el mercurio es vertido al medio ambiente en forma líquida o gaseosa. La contaminación por mercurio líquido se produce al verterse mercurio de los relaves en el suelo contaminando algunas hortalizas y tubérculos de consumo humano” (Pasco Font, 1994, pp. 42-43)

Es importante aclarar, que en la minería formal la contaminación por mercurio solo se produce cuando las construcciones son defectuosas y se genera un derramamiento a diferencia de la minería informal en que la contaminación es constante.

En la misma línea de trabajo Pasco Font señala que “tanto el mercurio líquido emitido durante la preparación de la amalgama, como el mercurio que se genera al condensar el vapor, termina por acción de las lluvias en el curso del agua” (Pasco Font, 1994, pp. 42-43)

De la cita anterior podemos resaltar que la contaminación con mercurio se realiza a través del mineral en estado líquido y gaseoso lo que acrecenta el grado de contaminación extendiéndolo al agua, suelo e incluso aire.

Pero el derrame de mineral no es la única consecuencia que puede generar la minería informal, Víctor Torres señala que “en el caso de los suelos, la extracción de mineral puede alterar la topografía de la zona y afectar la capacidad de regeneración de la flora y fauna. Cuando se inicia la etapa de exploración en algunas zonas aledañas a los cerros o “pie de monte” los trabajadores comienzan con la tala de los árboles más altos y se quema el resto para posteriormente proceder a remover la tierra por medio de agua a presión o lampa. Esta actividad deriva en deforestación y quema de árboles primarios, erosión de suelo, movimientos de tierra, acumulación de depósitos, emisión de ruidos, contaminación por hidrocarburos, etc.” (Torres, 2007, p. 236)

En cuanto a los cursos del agua, aclara Torres, la contaminación resulta particularmente dañina en las zonas donde se practica la minería informal, debido a que el lavado del mineral mediante el uso de grandes cantidades de agua es característico en este tipo de yacimientos mineros. El proceso se realiza a orilla del río perdiéndose amalgama y contaminando con mercurio. Esta contaminación se extiende, a través del agua, no solo a las comunidades mineras sino a las poblaciones cercanas. (Torres, 2007, p. 236)

Por otro lado, a esta contaminación latente se suma el incremento poblacional en las comunidades mineras artesanales informales, que desencadena otro tipo de contaminación ambiental, por ejemplo la basura y la falta de otros servicios básicos de salubridad e higiene que generan epidemias en las comunidades. Este problema no es atendido en parte por la falta de apoyo de los gobiernos centrales y locales, los que no tienen entre sus prioridades la atención a las poblaciones mineras.

Entre los principales aspectos que explicarían este creciente impacto ambiental negativo de la minería informal se encuentran:

- Falta de control y sanciones del gobierno
- Gestión administrativa ineficiente
- Errores del control humano
- Falta de información
- Limitaciones económicas
- Tecnología ineficiente
- Falta de conocimiento y educación

Actualmente, en el Perú se viene desarrollando un programa que busca poner fin a los daños ambientales y humanos y formalizar la minería a partir de la promulgación de normas que regulan el desarrollo de la actividad minera tanto artesanal como a pequeña y gran escala. Este es el caso de la ley N° 27651 sobre la Formalización de la Minería Informal y el Plan Nacional de

Formalización de la Minería Artesanal publicado el 8 de Abril del 2010 y que tiene como fin dar medidas para facilitar la orientación y fiscalización de la actividad minera a través de la puesta en marcha de herramientas de gestión que complementen a la minería en sus aspectos organizativos, técnicos, legales y ambientales. El plan tendrá una duración de 5 años a partir del 2010 y contará con el apoyo de los gobiernos regionales y municipios.

Entre las ventajas de la formalización que señala este Plan Nacional se encuentran (Ministerios de Energía y Minas, 2010, p.17):

- Acceso a los recursos mineros y seguridad jurídica de sus operaciones
- La ampliación temporal de sus operaciones permitiendo la planificación de las mismas a largo plazo
- Posibilidad de incluir criterios técnicos
- Posibilidad de acceder a asistencia técnica
- Acceso a un tratamiento preferencial en la legislación minera
- Expectativa de crecer y acceder a fuentes de financiamiento
- Acceso a las mejores opciones de comercialización
- Acceso a beneficios tributarios
- Mejores condiciones de higiene y salud

Para lograr la completa formalización de la minería, el Plan Nacional de Formalización plantea algunas medidas que se deben tomar en cuenta y que se desarrollarían a mediano y largo plazo a partir de tres ejes de acción:

1. Soporte Institucional:

- Creación e implementación inmediata de un programa especial de apoyo a la formalización de la minería artesanal
- Creación de un soporte de infraestructura
- Ejecución de un censo nacional de mineros artesanales

2. Mineros artesanales

- Facilitar los trámites administrativos de los procesos de formalización de los mineros artesanales
- Facilitar los trámites administrativos de los mineros artesanales con concesiones a terceros (alquiler de tierras para la explotación) mediante el establecimiento de contratos de explotación
- Creación de un instrumento de gestión ambiental

3. Fiscalización de actividades informales de empresas o actores formales

- Creación de un sistema de detección de actividades informales en las plantas de beneficio formales
- Fortalecer la fiscalización estableciendo un sistema de sanciones
- Fortalecer la fiscalización tributaria

Es importante señalar que el Plan Nacional de Formalización de la Minería Artesanal, y otros planes que se implementen en el futuro deben contar con la participación constante de todas las instituciones del Estado especialmente del Ministerio de Energía y Minas, Ministerio de Trabajo, Ministerio del ambiente, Ministerio de Salud y Gobiernos Regionales. Solo de esta manera será posible lograr la formalización total de los mineros informales y el desarrollo de las comunidades a las que pertenecen.

La minería informal en el Perú es un problema latente que no se soluciona solo con el desarrollo de la gran minería, implica una serie de medidas que van desde la promulgación de leyes de formalización hasta el fortalecimiento de la educación en las comunidades y el desarrollo de actividades alternas que les permitan subsistir sin arriesgar la salud de las familias.

CAPÍTULO II

LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DE LA MINERA RÍO BLANCO COPPER S.A

En este capítulo se desarrollarán los antecedentes del conflicto Río Blanco es decir el conflicto contra la minera Manhattan Mineral Corporation en Tambogrande, los aspectos generales del proyecto, la cronología del conflicto y las políticas de comunicación aplicadas por la empresa Río Blanco Copper.

Es importante señalar como se mencionó anteriormente, que el primer conflicto minero medioambiental ocurrido en la Región Piura se lleva a cabo en el Distrito de Tambogrande contra la empresa minera Manhattan Minerals Corporation (MMC) en el año 1999. Posteriormente, en el año 2004 se inicia otro conflicto en las comunidades de Cajas y Yanta en la Provincia de Huancabamba, contra la entonces minera Majaz S.A que luego se cambiaría de razón social a minera Río Blanco Cooper.

Han pasado catorce años desde el conflicto en Tambogrande y aún no se tiene una idea clara de lo que ocurrió. Sin embargo, en esta tesis nos ocuparemos específicamente del conflicto contra la actual minera Río Blanco Cooper, al que llamaremos en adelante como conflicto Río Blanco.

El conflicto Río Blanco se ha convertido en un ejemplo emblemático de conflicto minero medio ambiental por el impacto que generó en los medios de comunicación (guerra mediática) y la reacción tensa que aún persiste entre la empresa y la población. El conflicto Río Blanco se considera actualmente como en estado latente debido a que hasta la actualidad no se ha podido resolver, a pesar de los múltiples intentos de la empresa por entablar el diálogo.

Para desarrollar los antecedentes de la empresa Rio Blanco Copper S.A es importante mencionar primero que Piura es uno de los departamentos en los que la actividad extractiva constituye una de las principales fuentes de ingreso en la economía regional y cuenta con importantes proyectos tanto en la minería metálica como en la no metálica

Según el último censo realizado por el INEI, en el 2009 la minería generó un 9,3% del PBI en Piura antecedido por los Servicios Gubernamentales con 13% y por la industria de la construcción con 12%. (INEI, 2007) Así mismo la minería es una de las principales fuentes de empleo en la región con un 31.4%.

Aunque actualmente la minería, en cifras, ocupe un lugar preponderante en la región, durante muchos años Piura ha sido considerada por la población y por los gobiernos como netamente agrícola, debido a la alta demanda del mango y el limón en los mercados internacionales.

Para Fidel Torres ¹“La agricultura en la costa de Piura se desarrolla en los 3 valles más representativos de la costa peruana: San Lorenzo, Chira y Bajo Piura” (Torres, 2003, p.5) Sin embargo afirma que “ En Piura la costa peruana se amplía de manera significativa y se concentra en ella la formación vegetal del bosque seco de algarrobos, un paisaje dominado por los árboles y la notoria sequedad atmosférica y en el suelo, por los prolongados periodos de ausencia de lluvias entre un fenómeno El Niño y otro, de 5 a 10 años que renueva la vitalidad del bosque”

Por otra parte, Antony Bebbintong, la escasez de agua para la agricultura puede ser solucionada a través de una correcta administración de este recurso en proyectos de irrigación como el actual proyecto “Alto Piura” que se viene ejecutando en la región, “El agua es, pues, central en cualquier expansión, crecimiento de la productividad y orientación más clara hacia el mercado interno o externo del sector agrícola de Piura” (Bebbintong, 2007, p.13)

Es importante señalar que el agua no es solo un recurso importante para la agricultura, sino también para el desarrollo en general de la región y para la subsistencia de otras actividades como la minería.

Durante muchos años se ha acusado a la industria extractiva de contaminar el agua o de utilizar grandes cantidades de este recurso para la fase de explotación. Como señala Bebbintong “el agua en Piura ya está sujeta a múltiples demandas (y amenazas potenciales). Una amenaza que viene del desordenado crecimiento urbano y el manejo inadecuado de desechos” (Bebbintong, 2007, p.13)

¹Fidel Torres es biólogo, Jefe de la Unidad Descentralizada para la Protección de los Páramos, participó en el proyecto “Conservación In situ” en la microcuenca San Pedro de Ayabaca. Es investigador asociado del Seminario Permanente de Investigación Agraria (SEPIA).

A esto se suma la creciente contaminación generada por la minería informal en los ríos que son la principal fuente de agua, ya que el foco más importante de esta actividad ilegal se encuentra localizado en las provincias de Sullana, Huancabamba y Ayabaca. Según el Ministerio de Energía y Minas en el 2009 se calcula que existen cerca de 1000 unidades de explotación informal en esta zona.

Para Alfredo Guzmán Zegarra, Director Regional de Minería, la minería informal ha contribuido en gran medida a elevar la contaminación del agua, ayudando a generar de esta manera la mala imagen que actualmente se tiene del sector minero e hidrocarburos. “La actividad minera ilegal en muchos casos es más que solo para subsistencia, si fuera de subsistencia no viéramos maquinarias ni grandes construcciones, el problema es que hay personas que desarrollan este tipo de actividad y tiene a cargo varios trabajadores. Como en cualquier otra actividad necesitamos que estos trabajadores realicen su labor en buenas condiciones. Contra la informalidad ahora hay dispositivos que son muy rigurosos porque esto es un delito penal, si la minería informal se formalizara estos ingresos serían importantes con lo cual se podría desarrollar y tecnificar la agricultura” (A. Guzmán, entrevista personal, 23 de abril del 2012)

Como menciona Alfredo Guzmán, para un correcto aprovechamiento del agua es necesario realizar una mayor inversión sobre todo por parte del Estado, especialmente en lo que se refiere a proyectos de irrigación. Sin embargo, el presupuesto actual del Gobierno Regional no permite realizar inversiones de gran envergadura debido a que sectores como el de minería e hidrocarburos que era uno de los que más aportes generaba a la economía regional ha visto mermada su producción por los constantes conflictos sociales especialmente en lo que a gran minería se refiere, como lo señala el Director Regional de Minería, “El canon minero que tiene la Región Piura es poco, solo está el canon de hidrocarburos porque Piura es petrolera, pero no hay canon minero metálico. Lamentablemente Manhattan ni Rio Blanco se están desarrollando, tanto Tambogrande como Huancabamba son reservas muy importantes, si se desarrollaran los ingresos sería altos, pero a nivel regional solo la empresa “Vale” opera actualmente.” (A. Guzmán, entrevista personal, 23 de abril del 2012)

Antony Bebbintong considera que si el proyecto Rio Blanco en la zona comprendida entre las comunidades de Cajas y Yanta en Ayabaca y Huancabamba, se hubiera desarrollado habría generado un ingreso entre canon y regalías en un año de operaciones de 1 500 000 dólares para la comunidad de Yanta y de 4 200 000 dólares para la comunidad de Cajas. Además de aproximadamente 5 000 puestos de trabajo calificado semi calificado y no calificado en la fase de construcción, 1 200 en la fase de operaciones y 7 000 empleos indirectos. La redistribución de estos ingresos se rige de acuerdo a la norma vigente

Para Fidel Torres, “Uno de los grandes problemas de la convivencia de la minería con la agricultura en Piura vendría por su gran demanda de agua, lo que generaría una severa crisis en las nacientes de cuencas debido a la escasez de este recurso para la producción agraria y la salud de la población” (Torres, 2003, p.5)

La principal oposición de la población frente a la gran minería en Piura se debe al uso inadecuado del agua, especialmente en lo que se refiere a la fase de explotación. El Director Regional de Minería de Piura señala que “la minería ayuda a través de los ingresos que genera a cuidar el agua. Por ejemplo actualmente la empresa “Vale” saca agua del mar, la trata y trabaja con ella, no utiliza agua potable ni del subsuelo. Está demostrado que en la minería se usa muy poca agua si se fiscaliza bien. En Piura, durante las lluvias de verano en la sierra el agua que se produce va directo al mar por falta de un proyecto de aprovechamiento y reserva de esta agua. Con la minería se podrían hacer mayores obras hidráulicas” (A. Guzmán, entrevista personal, 23 de abril del 2012)

Como se ha mencionado a lo largo de esta tesis, la clave está en que las empresas mineras cumplan con todas las especificaciones en lo que al cuidado y preservación del agua se refiere y que a su vez estos proyectos sean de conocimiento público y permitan además la participación de la población en su fiscalización y desarrollo.

Es importante señalar que los conflictos sociales mineros - medioambientales que se han generado en la región Piura han tenido como principal objeto de disputa al agua. Sin embargo para efectos prácticos de esta tesis se expondrá la definición de conflicto social y el Estado en que se encuentran las disputas por los dos principales asentamientos mineros de la Región Piura: Huancabamba y Tambogrande

Según el reporte de conflictos sociales correspondiente a marzo del 2012 elaborado por la Defensoría del Pueblo, se puede entender como conflicto social “a un proceso complejo en el cual los sectores de la sociedad, el Estado y las empresas perciben que sus objetivos, intereses, valores o necesidades son contradictorias y esa contradicción puede derivar en violencia. Conflicto y violencia no son lo mismo, la violencia es la manifestación destructiva del conflicto social.”(Defensoría del Pueblo, 2012, p. 3) Así mismo un conflicto social puede tener diferentes actores que intervienen en el mismo y que según el informe de conflictos sociales pueden clasificarse en:

- A) Actores primarios: Aquellos que participan directamente en el conflicto
- B) Actores secundarios: Pueden ser grupos que apoyan a una de las partes, instituciones, organizaciones de la sociedad o personas vinculadas indirectamente con el conflicto
- C) Actores terciarios: Personas u organizaciones que por sus características pueden tener incidencias en el curso del conflicto.

El reporte de la defensoría del pueblo también señala que un conflicto social, además sigue un proceso que evoluciona a través de 3 etapas:

- A) Conflicto activo: Es el conflicto social expresado por alguna de las partes o terceros a través de demandas públicas formales o informales. Es decir es un

conflicto que se encuentra en el centro de la opinión pública a través de constantes incidentes como mesas de diálogo, movilizaciones, etc.

- B) Conflicto latente: Conflicto social no expresado públicamente. Permanece oculto, silencioso o inactivo, en el que se puede observar la concurrencia de factores que tienen un curso de colisión pero no se manifiestan o habiéndose manifestado han dejado de hacerlo durante un tiempo considerable
- C) Conflicto resuelto: Es el conflicto social cuya solución aceptada por las partes, mediante acuerdos, normas, resoluciones dan por concluida la disputa. (Defensoría del Pueblo, 2012, p. 3)

Es importante señalar también que existe una clasificación de los conflictos sociales de acuerdo a su tipología, es decir con respecto a los temas de los que se ocupan. Aquí podemos encontrar por ejemplo a los de tipo Gubernamental, relacionados con las demandas en asuntos de los gobiernos centrales o locales, los de Demarcación Territorial, Electorales, Laborales, Comunales y los Medio ambientales, cuyo tema principal es el control, uso y acceso al ambiente y sus recursos, donde están también presentes componentes políticos, económicos y sobretodo sociales y culturales. (Defensoría del Pueblo, 2012, p. 4)

En Piura existían hasta marzo del 2012 un total de 7 conflictos sociales de los cuales 3 son medioambientales. El primero corresponde, al rechazo de la población de Sechura por la explotación de lotes petroleros en la bahía por parte de la empresa Savia, el segundo se refiere al reclamo de la población de Suyo, Sapillica y Tambogrande por la proliferación de la minería informal en la zona y el tercero es el rechazo de la población a la actividad minera por parte de la empresa Rio Blanco Copper en la zona correspondiente al distrito de Carmen de la Frontera.

En Piura han existido, como se ha mencionado a lo largo de esta tesis, dos conflictos medioambientales que han marcado el desarrollo de la minería en esta región. El primero fue el conflicto de Tambogrande contra la empresa minera Manhattan Minerals Corporation (en adelante minera Manhattan) y el segundo, es el conflicto de las comunidades de Segunda y Cajas (Huancabamba) y Yanta (Ayabaca) contra la empresa Majaz S.A por la explotación del proyecto Rio Blanco. Cabe resaltar que la empresa Majaz S.A realiza durante el conflicto un cambio de razón social y pasa a denominarse empresa Rio Blanco Cooper S.A. Es así que en adelante se denominará a este conflicto como Rio Blanco

La minería en el Perú ocupa un lugar preponderante en la economía peruana, sin embargo la industria extractiva ha sufrido importantes cambios especialmente los

relacionados con la inserción de empresas extranjeras en el territorio nacional y el cuidado y preservación del medio ambiente, convirtiéndose en problema minero en un asunto social que de no ser resuelto impedirá toda inversión a corto y a largo plazo en el rubro minero como viene ocurriendo actualmente.

1. Conflicto contra la Minera Manhattan Mineral Corporation en Tambogrande: Antecedente del caso Río Blanco

Para hacer un recuento de los hechos ocurridos en el caso Río Blanco, es necesario remontarnos a su antecedente más próximo, es decir el conflicto con la empresa Manhattan Minerals en Tambogrande, debido, no solo a la relación que existe entre ambos, sino que las consecuencias de Manhattan terminaron afectando directamente el desarrollo del conflicto en las comunidades de Segunda y Cajas en Huancabamba y Yanta en Ayabaca.

La empresa minera Manhattan Minerals Corporation (MMC) se encontraba localizada en el distrito de Tambogrande, provincia de Sullana, departamento de Piura.

Tambogrande es un distrito de aproximadamente 50 000 hectáreas con un total de 108 mil habitantes según las últimas proyecciones al 2011 realizadas por INEI. El distrito de Tambogrande comprende 3 áreas bien definidas, la primera es el pueblo de Tambogrande, cuyos habitantes se dedican principalmente al comercio; la segunda es el área agrícola con 5 994 unidades agrícolas de las cuales el 32% son de 5 a 9 hectáreas en donde se cultiva arroz, limón y mango preferentemente, y la tercera es el bosque seco de algarrobo a orillas del río Piura en donde se encuentran asentadas varias comunidades siendo la de mayor tamaño la de San Juan Bautista de Locuto. Esta situación geográfica ha creado en la población una fuerte identificación con el entorno rural que los hace protegerlo y defenderlo. (INEI, 2007)

Contrario a lo que se cree, el conflicto minero en Tambogrande se remonta a muchos años antes de la llegada de la empresa Manhattan. La primera etapa del caso Manhattan se inicia en 1978 en el marco de la cooperación Técnica franco-peruana, la empresa francesa Bureau de Recherches Géologiques et Minières (BRGM), especialista en investigación geológica y minera encontró en Tambogrande restos de pirita y metales básicos, esto generó un interés en el Gobierno central, quien después de varios estudios realizados por el Ministerio de Energía y Minas, determinó la importancia de explotar minerales en la zona. Sin embargo, la visita de funcionarios del Estado, entre ellos el entonces ministro de Energía y Minas, Pedro Pablo Kuczynski, en 1981 trajo consigo la

formación del primer Frente de Defensa por los Intereses de Tambogrande (FREDICET)². Algunos autores sostienen que debido a la presión de este grupo en 1982 la empresa BRGM desistió en sus pretensiones de explotar mineral en Tambogrande. Sin embargo, lo cierto es que a pesar de contar con el apoyo del gobierno central, la BRGM no tenía aprobación de las comisiones de Minería y de Constitución de la Cámara de Diputados y del Senado motivo por el cual no pudo operar hasta noviembre de 1990 en que se promulga la ley N° 25284 en la que se declara de necesidad nacional la explotación minera en Tambogrande (De Echave, 1999, p.26).

En julio de 1994, la BGRM y el Consejo Transitorio de Administración Regional-CTAR³ acordaron constituir Minera Tambo Grande S.A. aportando respectivamente el 75% y el 25% del capital social.

En 1996 la BRGM, quien poseía aún la mayor participación en la empresa Tambo Grande, decide otorgar futuros derechos de exploración en la zona a la empresa Manhattan Minerals Corporation⁴. A partir de entonces y hasta 1998, Manhattan empieza a adquirir concesiones mineras pequeñas alrededor de la concesión de Tambo Grande S.A, especialmente las ubicadas en las márgenes del río Piura, entre ellas Locuto⁵. En Marzo de 1999, se marca el inicio de la segunda etapa en el caso, debido a que las acciones que poseía el CTAR en la empresa Tambo Grande (25%), pasan a manos de la empresa estatal Minero Perú. En mayo de este mismo año, el Ministerio de Energía y Minas aprueba oficialmente la adquisición total de las concesiones otorgadas a la empresa BRGM y a la empresa Minero Perú a favor de Manhattan Minerals Corporation, quien se hizo dueña del 100% de las acciones de la empresa Tambo Grande y por ende de las concesiones que esta poseía. (De Echave, 1999, p.27).

² El 3 de mayo de 1981, los pobladores de Tambogrande, reunidos en cabildo abierto en la Plaza de Armas, forman una comisión organizadora. El 12 de mayo del mismo año, en la primera asamblea de delegados de 67 bases representativas de la jurisdicción del distrito, se constituyó el Frente Cívico de Defensa y Desarrollo de Tambogrande (FRECIDET). Este frente estuvo presidido por Francisco Celi Burneo, quien fue alcalde Tambogrande de 1987 a 1989 e integrado por Cesar Crisanto, alcalde del distrito en los periodos de 1984-1986 y 1993-1995, y reelegido para el periodo 1996-1998.

³ En 1989, el Organismo de Administración Regional (CTAR) toma en el nombre de Región Grau y tenía bajo su tutela las jurisdicciones de los departamentos de Piura y Tumbes. Posteriormente, en 1992 con la Ley N° 25432 toma el nombre de Consejo Transitorio de Administración Regional (CTAR) y finalmente durante el gobierno de Alejandro Toledo con la Ley N° 27680 del 07 de marzo de 2002 se crea los actuales Gobiernos Regionales, constituyéndose la Región Piura.

⁴ Empresa constituida en Vancouver, Columbia Británica, Canadá

⁵ La Comunidad Campesina de San Juan Bautista de Locuto, conocida en la zona como Locuto, se encuentra en la margen izquierda del Río Piura y comprende siete anexos: Angostura, San Martín de Angostura, Locuto, Ocoto Alto, El Carmen, La Greda y El Papayo.

El contrato estipulaba que Manhattan Minerals tendría tres años para producir un estudio de factibilidad y contar con un capital de 100 millones de dólares. Pero pocos días después de la firma del contrato, Minera Manhattan, llega con su maquinaria, instala su campamento en Tambogrande y realiza la primera perforación (De Echave, 1999, p.27). Cabe resaltar, que hasta ese momento la población no tenía conocimiento de la firma del contrato, ni del inicio de las operaciones, como lo afirma Osvaldo Córdova, jefe de la Oficina de Relaciones Públicas de Minera Manhattan del 2000 al 2004 “Cuando tú entras a una población abruptamente la primera impresión es la que perdura. La oficina de Imagen y Relaciones comunitarias se creó un año y medio después que la empresa había iniciado sus operaciones. Cuando se creó la oficina se cambió todo el sistema de información, pero ya era difícil cambiar la mentalidad de la gente” (O. Córdova, entrevista personal, 8 de febrero del 2013)

El 30 de mayo de este mismo año, la Junta de Usuarios de Riego del Valle de San Lorenzo, publica en los principales medios de la región un pronunciamiento exigiendo a la empresa información sobre sus actividades, pero no reciben una respuesta clara de parte de esta.

Al respecto José de Echave sostiene: “Si bien la empresa demostró una cierta eficacia y eficiencia en el planeamiento de sus operaciones, no tenía ni implementó una estrategia de entrada para con la población sustentada en el análisis de la realidad socioeconómica y especialmente de la idiosincrasia de las familias de esta zona (...) Más bien la política de relaciones comunitarias que desarrolló privilegiaba el trato directo e individual con las familias de la zona. Estas iniciativas tenían como denominador común la falta de transparencia en relación con los criterios de asignación de los recursos y la selección de los beneficiarios” (De Echave, 1999, p.31)

En agosto de 1999, se constituye el Frente de Defensa del Valle de San Lorenzo y Tambogrande (FDVSLT), cuya presidencia está conformada por Napoleón Nathals Juárez, Eduardo Monteza Alama (del Consejo Pastoral de la parroquia de San Andrés) y el Lic. Francisco Ojeda Riofrío

En Julio del 2000, Manhattan Minerals Corporation entrega el EIA (Estudio de Impacto Ambiental) al Ministerio de Energía y Minas(MEM), elaborado en base a la población de Tambogrande en sus tres áreas y en general al Departamento de Piura. El EIA comprueba el bajo crecimiento económico del departamento hasta 1999 en que Manhattan inicia sus operaciones, durante estos años el PBI se redujo del 7.2% al 5.2%. Así mismo, específicamente en el distrito de Tambogrande se comprobó que al año 2000 existía una tasa de pobreza del 44.2% y por lo tanto la empresa se comprometía a

participar activamente en los proyectos de desarrollo ejecutados por la municipalidad y el gobierno central. (Mineral Manhattan Corporation, 2002, p. 2)

Sin embargo el hecho, que marca la tercera etapa en el caso y el inicio del conflicto, estaba íntimamente relacionado con el EIA y es la propuesta de la empresa Manhattan para reubicar 72 has de Tambogrande correspondientes a las áreas de Cercado de Tambogrande, A.H. Alama, A.H. Santa Cruz en donde se ubica el cerro y mirador Santa Cruz y APV El Huerto, además de 257 terrenos desocupados, los cuales serían ubicados en 86 has. en el área correspondiente al oeste de la Avenida Scheaffer, hacia el norte de la Avenida Circunvalación, Calle del Dren y Calle 9, hacia el este la Quebrada Carneros y hacia el sur del Río Piura.

En un principio se planteó la reubicación parcial del pueblo, es decir, solo se reubicaría la zona correspondiente al cerro Santa Cruz y alrededores, así mismo las zonas que no serían reubicadas pasarían por una etapa de mejoramiento que consistiría en el cambio de tuberías, instalaciones eléctricas, construcción de colegios, etc. (Mineral Manhattan Corporation, 2002, p. 2) Esta reubicación fue planteada debido a que en el EIA se comprobó que de ser ejecutado el proyecto este se realizaría a tajo abierto y las poblaciones aledañas podrían verse afectadas.

La empresa comenzó por adquirir los terrenos en donde encontraban a través de perforación puntos de mineral, Según sostiene Freddy Sullon, ex trabajador de la empresa Manhattan y integrante de la oficina de Resolución de Conflictos del gobierno regional, la empresa realizaba acuerdos de palabra con la población “ Tu tenías tu terreno y en el terreno habían plantas de distintos tipos, entonces Manhattan les compraba no solo el terreno sino también las plantas y en esa época les daban 200 soles por planta que era bastante dinero. Luego la empresa instalaba sus equipos y comenzaban a perforar. A la gente le daban trabajo, pero si eras poblador no tenías mucha oportunidad de trabajar en la empresa, quien recibía más trabajo eran los allegados, amigos de los gerentes. Si querías postular a un puesto ya no podías porque el puesto ya estaba ocupado por algún recomendado.” (F. Sullón, entrevista personal, 5 de febrero del 2013)

Por su parte, Osvaldo Cordova, de la oficina de Imagen de Minera Manhattan sostiene con respecto a la reubicación “Se les explico que se les iba a reubicar en la zona donde está el terminal de transportes en la actualidad, al principio y luego se iba a construir una nueva ciudad en esta misma área. Sin embargo, la población que vivía cerca a la iglesia que no querían salir y por eso se les ofreció mejorar sus viviendas, pero la reubicación generó en la población la idea de que serían los desterrados y que los iba a mandar a vivir a un arenal.” (O. Córdova, entrevista personal, 8 de febrero del 2013)

La población sentía desconfianza por la poca información que hasta fines de 1999 se les había brindado, sobre todo a las personas que vivían en la zona donde se realizaría la explotación del mineral.

La vivienda de Segundo García Ancajima, se encuentra ubicada a aproximadamente 10 metros de la cima del cerro Santa Cruz, es decir donde se encontraba la principal beta de mineral (**Ver anexo 1**) “Nos dijeron que nos iban a reubicar en las parcelas aledañas y otra parte la iba a mandar a Pampas de Olmos. Había gente que estaba con la empresa y a ellos les ofrecían dinero, eran bien atendidos y la empresa les brindaba información, pero a los que estábamos en contra no nos brindaban información. La empresa estaba imponiendo el proyecto” (S. García, entrevista personal, 3 de febrero del 2013)

Por su parte, la empresa sostuvo que era necesario para ellos la constante comunicación con la población “Nuestro compromiso es obtener la aceptación libre y voluntaria de la población para el desarrollo del proyecto. Es una condición fundamental que permite garantizar la protección de los derechos fundamentales de la población” (“Proyecto Tambogrande”, 2003) manifestó en un comunicado oficial Américo Villafuerte, presidente de Manhattan.

Frente a este panorama de desconfianza se crea en el año 2000, la oficina de Imagen Institucional. “Cuando creamos la oficina lo primero que hicimos fue crear un “Protocolo” de comportamiento de la empresa que contemplaba lineamientos como por ejemplo que ninguna camioneta de la empresa podía circular a más de 30 km por hora en la ciudad y evitar accidentes, además ninguna persona que pertenecía a la empresa podía beber licor en la zona, entre otras. La segunda medida que se tomó fue realizar una campaña informativa casa por casa, visitamos más de 300 casa les dábamos la información primero de la prospección, les decíamos que esta primera actividad realizada por la empresa no era de explotación sino de exploración. Así mismo, comenzamos a mapear las zonas de apoyo a la empresa. Donde la gente estaba de acuerdo verde, amarillo donde no están en total acuerdo y rojo donde se oponía completamente. En las zonas donde se oponía contactamos con los maestros que eran los líderes de opinión porque nuestro objetivo era informar” (O. Córdova, entrevista personal, 8 de febrero del 2013)

Otra importante medida tomada por la empresa, fue implementar en su oficina central en Tambogrande, donde actualmente se ubica el A.A HH 28 de Febrero, lo que denominaron una calle modelo, es decir la construcción de casas modelo de lo que sería la nueva ciudad de Tambogrande. (**Ver anexo 2**) “Como íbamos a mover un pueblo, el siguiente paso fue hacer un modelo de casas, en el auditorio de la municipalidad

hicimos maquetas de cómo serían las casa y les preguntamos a la población. En un principio nosotros habíamos hecho un modelo de casa para que entraran con sus carretas con el baño atrás y ellos querían casas modernas. En el equipo habían arquitectos, antropólogos, cambiaron el modelo y se construyeron las casa dos calles, dentro de nuestras oficinas. Al ver el apoyo de la gente ese fue el punto de quiebre con los opositores. Incluso, nosotros llevamos a la alguna gente (dirigentes) a Chile a la región de Atacama donde convivía la minería con la agricultura. Hubo mucha información” (O. Córdova, entrevista personal, 8 de febrero del 2013)

Sin embargo, la población manifestaba que aunque hubiera un plan de reubicación ellos no abandonarían la tierra que les pertenecía “Nosotros estamos ubicados en un asiento agrícola, se hicieron varios estudios por parte de ONGs que nos apoyaban, y se llegó a la conclusión que la agricultura no convivía con la minería, a pesar que la empresa llevó mucha gente a Chile e incluso a Canadá para demostrar lo contrario. Pero nosotros no queremos la reubicación porque ya somos un pueblo organizado, el principal reclamo de nuestra parte era porque no se nos informó antes de que se constituyera el Valle de San Lorenzo que es el “pulmón” de la región, nosotros pensamos en nuestras familias, nos reubican pasan 25 años y luego nos quedamos sin nada. Además dijeron que iban a dar trabajo pero era temporal duraba una semana y luego nos despedían, no había contratos, solo te daban el dinero. Nosotros no nos fuimos por defender nuestro pueblo, nosotros hemos nacido aquí, ningún extraño puede entrar en nuestro pueblo” (S. García, entrevista personal, 3 de febrero del 2013)

La empresa por su parte, diseña un plan de comunicación que se basó principalmente en la información “El objetivo era informar con los medios tradicionales y boca a boca. Teníamos un periódico que se llamaba Tambogrande, programas radiales que los hicimos con Cutivalu, ‘Tambo y Tambito’. Trabajamos mucho con los altoparlantes, las radios de Tambogrande pero todo se hacía con contrato, no como dice la gente. Teníamos información con las zonas aledaña, hacíamos exposiciones con instituciones, comedores, vasos de leche. Preparábamos un material sencillos, asequible a la gente teníamos historietas, hacíamos reportajes, traíamos periodistas de Lima. Queríamos copar de información cara a cara. Información no faltó” (O. Córdova, entrevista personal, 8 de febrero del 2013)

Un paro organizado por el Frente de Defensa los días el 27 y 28 de Diciembre del 2002 inicia la etapa de violencia de un conflicto que hasta el momento se había desarrollado de forma tensa pero sin violencia. La protesta dejó como saldo 35 heridos (25 civiles y 15 policías) además de numerosos daños materiales producto del incendio producido en

las instalaciones de MMC. Un mes más tarde los enfrentamientos se agravaron con el asesinato de Godofredo García Baca⁶, presidente del Frente de Defensa.

Ante este hecho la reacción de la empresa no fue inmediata para evitar agravar el conflicto. “Godofredo García Baca, era una persona que siempre iba a la empresa a pedir información. Directamente se acusó a la empresa que lo habían mandado a matar, pero era imposible la empresa no podía cometer un error así. Posteriormente, hicimos una conferencia de prensa, lanzamos un comunicado, entrevistas etc. no hubo de nuestra parte una reacción inmediata por temor” (O. Córdova, entrevista personal, 8 de febrero del 2013)

Sin embargo, aunque el caso hasta el momento no ha sido resuelto, la población continúa acusando a la empresa “La empresa mató al ingeniero Godofredo García Baca porque él inició la lucha contra la empresa. Se capturó a la persona que lo mató y el acusó a la empresa. Luego a su hijo le compraron la parcela, y le pagaron para que viajara a Canadá” (S. García, entrevista personal, 3 de febrero del 2013)

Después de estos hechos, se inició la participación diversos actores tanto nacionales como extranjeros. Entre ellos destacan el Arzobispado de Piura y Tumbes representado por el Mons. Oscar Cantuarias, El Arzobispado de Chulucanas representado por el Mons. Daniel Truley, Comisiones observadoras de la ONU, OEA y Derechos Humanos, entre otros.

Frente a la atención suscitada en las diversas organizaciones, el Estado, representado por el entonces presidente Valentín Paniagua propone la realización de una consulta vecinal para decidir la permanencia de MMC y la ejecución del proyecto Tambo Grande. Esta consulta vecinal se llevó a cabo el 2 de Junio del 2002 y el resultado fue un 98% de rechazo al proyecto minero.

Ante la negativa de la población frente a la explotación de minerales en Tambogrande, la MMC decide presentar nuevamente el EIA al Ministerio de Energía y minas para su revisión, sin embargo el estudio es devuelto a la empresa en dos ocasiones para que corrija errores con respecto al manejo ambiental. En abril del 2003 la empresa consigue del gobierno un plazo de un año para presentar por última vez el EIA sin ningún error. En noviembre de este año Francisco Ojeda, presidente del frente de defensa, es elegido alcalde de Tambogrande para el periodo 2003 – 2006.

El 11 diciembre de 2003, en forma sorpresiva, la empresa estatal Centromin comunica mediante nota de prensa que MMC no cumple con los requisitos establecidos en el

⁶ Godofredo García Baca, era ex catedrático de la Universidad Agraria del Perú. Fue presidente del Proyecto Chira - Piura, Presidente del Frente de Defensa por los Derechos de Tambogrande. Fue asesinado el 31 de marzo del 2001

contrato para el ejercicio de la opción, y por lo tanto pierde su derecho de opción sobre el proyecto minero Tambo Grande. Con este hecho se termina uno de los capítulos más importante de los conflictos mineros.

Relación entre Manhattan y Majaz - Río Blanco

Existen dos hechos que relacionan al conflicto en Tambogrande con el conflicto Majaz-Río Blanco. El primero es la creación de la Red Muqui, una red de ONG ambientalistas que se formaron después del conflicto Tambogrande y que ocuparon un lugar preponderante en el de Majaz- Río Blanco

“Los activistas de Tambogrande [sostiene Bebbintong] habían sido apoyados por un grupo de asesores (organizaciones y personas individuales) que posteriormente se formalizaron como organización nacional, la Red Muqui. Una vez que el conflicto Río Blanco empezó a desplegarse, la Red Muqui promovió la creación del Grupo de Apoyo a Majaz, que comenzó a brindar apoyo a las autoridades locales y activistas, críticos respecto a la manera en que el proyecto Río Blanco estaba evolucionando.” (Bebbintong, 2007, p. 16)

El segundo hecho que se debe destacar es que en la misma fecha en que se realizaba el referéndum en Tambogrande se iniciaba la fase de exploración de Río Blanco, y sucedió que los que vivían en las cercanías del proyecto Río Blanco y dudaban de la minería encontraron en Manhattan una justificación a su escepticismo que luego se convirtió en abierta oposición

2. Aspectos generales de la zona de influencia del proyecto Majaz – Río Blanco

En este punto se desarrollará, los aspectos generales del proyecto como la ubicación geográfica y características de la población.

A) Ubicación Geográfica de la zona de explotación

El proyecto Río Blanco está ubicado en la parte oriental del departamento de Piura, en la provincia de Huancabamba, distrito de Carmen de la Frontera, que se encuentra en la frontera con Ecuador y cuya altitud oscila entre los 2200 mt. y 2800 mt. sobre el nivel del mar. La zona pertenece a la cuenca del Amazonas, y está en el margen derecho del río Blanco, el cual, en confluencia con el río Samaniego, dan origen al río Canchis y, éste, a su vez da origen al río Chinchipe, un tributario del río Marañón. **(Ver Anexo 3)**

El acceso al campamento se realizaba a través de una carretera asfaltada que iba desde Huancabamba hasta el caserío “El Carmen” y “Rosarios Bajos” luego se debía seguir a pie por aproximadamente 7 horas hasta llegar al campamento que estaba ubicado en el

cerro Henry Hill's en las coordenadas geográficas 4°52' 40" de latitud sur y 79°21' 9" de longitud occidental (Majaz, 2008, p.1)

El área total de la concesión es de 2318.17 hectáreas, pero para las labores de exploración son usadas solo 674.7 hectáreas. Esta área que corresponde a la influencia directa del proyecto se encuentra ubicada en el Distrito de Carmen de la Frontera al este de la comunidad de Yanta.

Según el EIA elaborado por la empresa Rio Blanco no existen caseríos ni centros poblados en la zona de influencia directa y puntualizan que “No existe evidencia de actividad económica, cultural ó comunal de cualquier tipo, que se realice o se haya realizado, en el área de influencia directa del proyecto, por la Comunidad Campesina de Yanta. No existen caminos de acceso ni vías de transporte de ningún tipo que conecten a la zona de influencia directa con alguno de los centros poblados de Yanta; no hay infraestructura de sistemas de riego; asimismo, tampoco existe infraestructura educativa (centros educativos), de salud (postas y centros médicos u otros), ni comercial (mercados, comercios), ni tampoco sedes de autoridades comunales, ni infraestructura similar en la zona.” (Majaz, 2008, p.1)

En el área de influencia directa del proyecto también se encuentran constituidos por dos “Barreras Topográficas”, como las llama la empresa, es decir, condiciones topográficas e hidrográficas de la zona que dividen a la comunidad de Yanta en dos. Estas son la Cordillera de los Andes y los afluentes del Rio Blanco. En el caso de la Cordillera esta se encuentra ubicada entre la zona de influencia directa, donde se realizaría el trabajo minero, y la comunidad de Yanta, “Por el mismo motivo, las actividades mineras que realice la empresa en el área del proyecto, no podrán generar impactos directos sobre el territorio de los centros poblados de la Comunidad Campesina de Yanta” (Majaz, 2008, p.1)

Así mismo se encuentran los afluentes del Rio Blanco que forman las quebradas Majaz y El Gallo, que desembocan en el Rio Chimchipe y a su vez en el Océano Atlántico. Por tanto, afirma la empresa, que la explotación no afectaría a las cuencas de los ríos Quiroz ni Huancabamba.

Relación del proyecto con las cuencas hidrográficas del Rio Chira - Piura y con los Páramos.

Uno de los principales argumentos en contra de la realización del proyecto Río Blanco se relaciona con la influencia que tendría este con las cuencas hidrográficas del Rio Chira y Piura y con los Páramos, por tanto es importante aclarar que este proyecto no tiene ninguna relación, según afirma la empresa, con las cuenca del Río Chira y Río Piura, las cuales son dos grandes y principales cuencas del departamento de Piura que

discurren por el flanco occidental de la cordillera de Los Andes, hacia la vertiente del Océano Pacífico, en el cual desembocan.

El proyecto Río Blanco, tiene previsto tomar agua de la Quebrada de El Gallo, perteneciente al Río Blanco, este río es fronterizo y no comparte aguas hacia la Región Piura, ya que su drenaje se va hacia el Río Canchis y luego al río Chinchipe, hacia el Océano Atlántico. Por su ubicación, tampoco se relaciona con las Cuencas del Río Quiroz y Río Huancabamba. Cabe mencionar que las aguas del Río Blanco no son utilizadas para el consumo humano, ni para los cultivos de las zonas aledañas.⁷ **(Ver anexo 4)**

Por su parte Los Páramos o bosques de neblina se encuentran ubicados entre las provincias de Huancabamba y Ayabaca y son un importante foco de biodiversidad y especies protegidas como el tapir andino, el tigrillo de montaña, el oso hormiguero y distintas clases de orquídeas silvestres. Los páramos son determinados por factores biogeoclimáticos como la altitud, lo cual va desde los 3500 msnm. El proyecto Río Blanco se ubica entre los 2200 a 2800 msnm, casi 800 metros por debajo de la línea de páramos y a 21 Km de distancia en línea recta de la laguna de Las Huarinas.

Sin embargo, el alcalde de Huancabamba, Wilson Ramiro Ibañez Ibañez manifiesta “ Toda actividad económica que realiza una persona cuando se utilizan reactivos químicos es perjudicial para el ambiente. [Los páramos] es una zona muy frágil productora de agua. Todos entendemos que el agua dulce se genera en los glaciares, el agua se genera en los bosques de neblinas y es almacenada en la zona de páramos y eso hace que haya agua en todas las zonas bajas.” (W. Ibañez, entrevista personal, 1 de agosto del 2013)

B) Población y recursos agrícolas

El área de influencia, que comprende un área de 7,214.4 Has., es casi despoblada con la excepción de 4 centros poblados, siendo el más cercano Santa Rosa de la Cordillera a 9.1 km, seguido por Pan de Azúcar, a 13.2 Km; Rosarios Bajo, a 16.7 Km, y El Carmen, a 23.9 Km. Estas poblaciones pequeñas pertenecen a la comunidad campesina de Segunda y Cajas, ubicada en la provincia de Huancabamba. La comunidad campesina de Segunda y Cajas consta de 1,663 familias, distribuidas en 31 caseríos en

⁷ Información brindada por la empresa el 14 de mayo de 2012

total, 22 de los cuales están ubicados en el distrito El Carmen de la Frontera y los otros 9 en el distrito de Huancabamba.⁸

Según el último censo de población y vivienda realizado en el 2007 por el INEI indica que la población de esta zona es mayoritariamente joven y representan un 53.4% del total, así mismo un 27.5 de la población es analfabeta y un 71.4 se dedican como actividad principal a la agricultura, predominando los cultivos de café, naranja, yuca y caña. (INEI, 2007)

En la comunidad Segunda y Cajas, casi la mitad de los productores agrícolas (47.9%) poseen terrenos cuya extensión es menor que una hectárea. Esto, como se menciona en el capítulo segundo, dedicado a la minería y agricultura dificulta la exportación de productos y por ende la venta o alquiler de terrenos para otras actividades como la minería. Aunque actualmente existe entre los pobladores de Segunda y Cajas la iniciativa de asociarse con otros productores para formar la Central Piurana de Cafetaleros (CEPICAFÉ)

En cuanto a ingresos familiares la población de Segunda y Cajas recibe en un 36.78% menos de mil nuevos soles al año (Majaz, 2008, p.116), Es importante considerar también que parte de los ingresos de las familias, no puede valorarse en términos monetarios debido a que un porcentaje de su producción se destina al autoconsumo, semillas, trueque y elaboración de subproductos agrícolas y pecuarios.

En cuanto a acceso a servicios básicos solo el 14.89% de la población de Carmen de la Frontera cuentan con electricidad, un 54.16% acceden al agua para consumo a través del río, por lo que de contaminarse con alguna actividad extractiva resultaría de alto riesgo para la población debido a que esta agua no recibe ningún tratamiento antes de ser consumida (Majaz, 2008, p.116),

Según el EIA elaborado por la empresa Rio Blanco en el año 2008 para la reanudación de labores de exploración, el tipo de vivienda de la población de la zona de influencia de un proyecto minero, determina en gran medida la situación económica de quien la habita el material predominante de paredes, pisos techos, son indicadores de las necesidades básicas cubiertas o en desatención en todo sector urbano o rural.

Específicamente en el caso Majaz – Rio Blanco, continúa el estudio, el sentido de pertenencia de la vivienda representa un valor más emotivo que económico, la vivienda puede ser propia pero las necesidades básicas insatisfechas pueden demostrar pobreza. En el caso de los caseríos de la zona de influencia, se puede observar que la tenencia a

⁸Estudio de Impacto Social elaborado por la empresa consultora KnightPiésold para la empresa Rio Blanco Copper S.A., como parte de la línea base del Estudio de Impacto Ambiental para el Proyecto Rio Blanco en el año 2007.

tener una vivienda propia es alto (94%), en relación a los otros tipos de viviendas como las alquiladas con 2%, o quienes viven alojados en una vivienda con otro 2%.⁹

El material predominante de las paredes en las viviendas es adobe y tapia (81%), seguido la madera con el 13%, luego está la quincha (tierra más carrizo o caña) con el 4%.

Una característica importante en la viviendas de esta zona que menciona el EIA, es que el modelo típico de la casa incluye una pequeña área techada frente a la misma que cuanta con una banca, la que en cuanto llega visita es cubierta con una manta o poncho en la que se invita a sentarse el recién llegado.

C) Organización política y administrativa

La población de los caseríos de Huancabamba, al igual que la mayor parte de caseríos de la sierra piurana, cuanta en su organización social con una directiva o una asamblea comunal que son organismos de consulta y decisión en la comunidad. Esto convierte a estas asambleas en las primeras autoridades en ser consultadas en caso de la inserción de una empresa extranjera, debido a que la imagen de las autoridades municipales o regionales es percibida como lejana con respecto a la comunidad, es por eso que los miembros de esta ronda comunal son personas conocidas por los pobladores y elegidas en una asamblea general¹⁰

Benito Guarnizo, dirigente comunal de la comunidad Segunda y Cajas afirma “La asamblea general de los comuneros es la máxima autoridad esta por encima incluso de una directiva comunal. Las directivas de estas asambleas son elegidas cada dos años” (B. Guarnizo, entrevista personal, 1 de agosto del 2013)

La autoridad más importante para la población se da al interior de su caserío, ocupando este espacio el Teniente gobernador¹¹ y el Presidente de ronda. En muchos de los caseríos existe además un coordinador de la Iglesia; estas tres personas son autoridades

⁹Estudio de Impacto Ambiental elaborado por la empresa consultora KnightPiésold, año 2007, p. 116

¹⁰ Estudio de Impacto Ambiental elaborado por la empresa consultora KnightPiésold, año 2007, p. 101

¹¹Entre las funciones del Teniente Gobernador se encuentran: velar por el cumplimiento de la Constitución y demás dispositivos legales, por el mantenimiento del orden interno y las buenas costumbres en coordinación con la Policía y demás autoridades competentes.

reconocidas por la población. En el caso de las mujeres, existe además el cargo de Presidenta del Vaso de Leche¹².

Es importante señalar que las rondas campesinas son organizaciones de base que surgen para vigilar y dar seguridad a la comunidad, participan en la resolución de conflictos de su localidad y son reconocidos como interlocutores válidos con representantes del Estado. Se forman y sostienen por iniciativa de la propia comunidad y se sujetan al estatuto y a lo que acuerden los órganos de gobierno de la comunidad a los que la Ronda Campesina está subordinada, es decir a la asamblea comunal y al teniente gobernador. Todos los adultos varones de un caserío son parte de la ronda campesina. No existen campesinos que no sean ronderos ni ronderos que no sean campesinos. (Majaz, 2008, p.131)

Las rondas campesinas mantienen el orden social de la comunidad (castigando a quienes se involucran en chismes o calumnias), garantizan la mano de obra en actividades colectivas y finalmente garantizan la seguridad evitando los robos. Una de las actividades más importantes de la ronda campesina es proteger a la comunidad de los ladrones de ganado (abigeos).

En el caso de los caseríos de Segunda y Cajas, cada caserío se cuenta con una ronda campesina principal coordina con la Central de Rondas de Huancabamba, debido a que es la zona más alta y rural

Las rondas campesinas recurren a castigos para el ejercicio de su función. Estos pueden ser económicos, de resarcimiento por la falta cometida, o también físicos (azotes) dependiendo de la gravedad de la falta.

Aunque las autoridades de Huancabamba no tienen gran aceptación en las comunidades de Segunda y Cajas, estas suelen realizar alianzas para solucionar problemas de gran envergadura como es el caso del tema minero

Es importante señalar que Las rondas de Segunda y Cajas, agrupadas en la central de Cajas Shapaya, son de las más importantes y numerosas de la sierra de Huancabamba, y, sobre todo, se ubican en un núcleo importante de articulación del movimiento rondero (Echave, 1999, p. 52)

D) Aspectos culturales

¹² El programa de vaso de leche es una iniciativa estatal y tiene por objetivo mejorar el nivel nutricional de niños, mujeres gestantes y madres lactantes de los sectores más pobres con una ración diaria de 250 ml. de leche o alimento equivalente.

El área correspondiente a la provincia de Huancabamba, específicamente los caseríos de Segunda y Cajas es una zona andina que a lo largo del tiempo ha tenido relación económica y social con la costa (Piura) y la selva a través del desplazamiento de la población hacia esos lugares.

Con respecto al idioma, debido a la castellanización de la zona se impuso el español, pero también existe una gran influencia del quechua.

Otra característica que determina los usos y costumbres de la zona es la íntima relación que existe entre el poblador andino y la tierra. En la comunidad de Segunda y Cajas la relación con la tierra no solo es de producción, es decir que va más allá del hecho de que la tierra los provee de alimentos. Una muestra de esta característica son los “Pagos”, es decir ofrendas que pueden consistir en alimentos o licores que se le dejan a la tierra para que les de buenos frutos durante las cosechas. Los comuneros tratan a la tierra como un ser vivo al que hay que cuidar y proteger. (Majaz, 2007, p. 134)

Al igual que otras zonas andinas, la religión está muy presente en la vida de las comunidades de Segunda y Cajas, el calendario festivo está marcado por el calendario religioso, en la comunidad de Rosarios Bajo, cercana al proyecto, la fiesta principal es la de Virgen del Rosario que se celebra el 7 de octubre y se inicia con una celebración litúrgica para posteriormente pasar a la fiesta que cuenta con la participación de toda la comunidad.

Además de las fiestas del pueblo, algunas familias celebran fiestas denominadas “particulares”, como la de la Cruz de Mayo o del Señor Cautivo de Ayabaca. Se celebra como un cumpleaños, es para ellos el cumpleaños de una imagen. Esta forma de religiosidad familiar no involucra a todo el caserío y más bien congrega a la red de parentesco de la familia que realiza la celebración.

Es importante señalar que a pesar de la importancia de la religión en las comunidades el sacerdote solo llega a Segunda y Cajas una vez al año, aunque todos los domingos se realiza una liturgia que es dirigida por un agente pastoral, que es el teniente Gobernador. Normalmente a la liturgia asisten las mujeres y sólo unos pocos hombres.

3. Origen y etapas del proyecto:

La historia del proyecto se desarrolla en 4 etapas de acuerdo al tiempo transcurrido entre el descubrimiento del yacimiento hasta el inicio del conflicto (Echave, 1999, p. 49):

- Primera etapa: descubrimiento del yacimiento desde 1993 hasta el 2002
- Segunda etapa: primeras exploraciones desde 2002 hasta 2003

- Tercera etapa: inicio del conflicto: 2004 al 2005
- Cuarta etapa expansión del conflicto a nivel nacional: del 2005 a la fecha (2013)

Primera etapa: Descubrimiento del yacimiento (1993-2002)

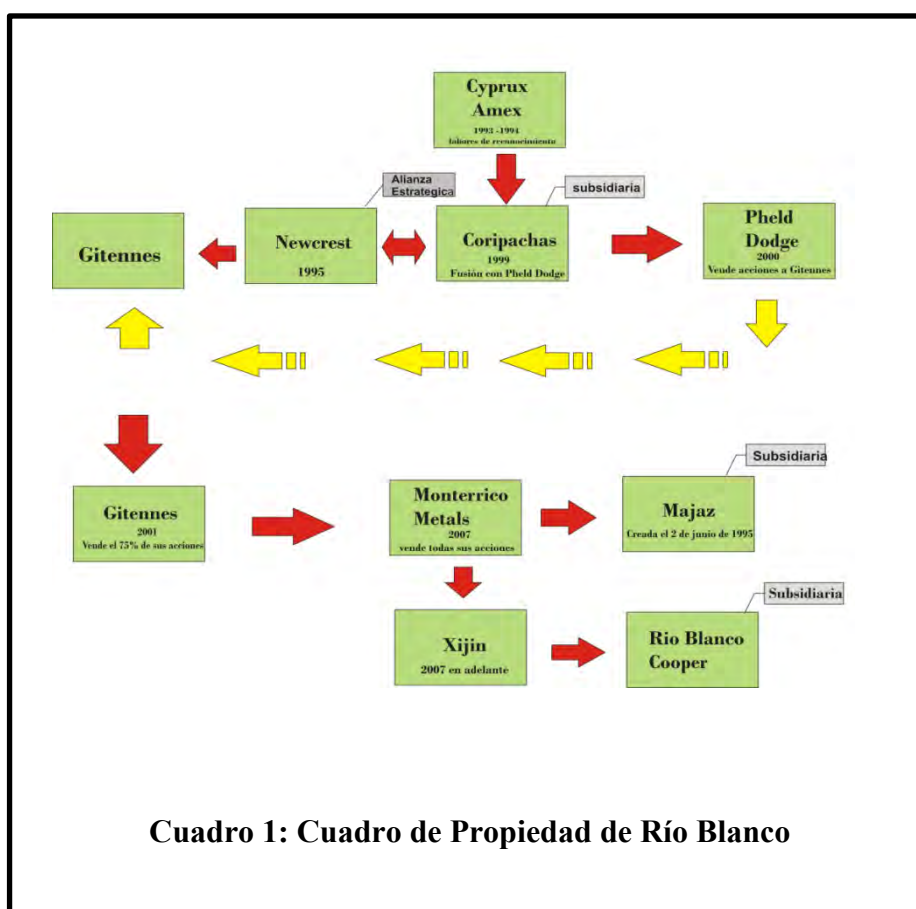
La compañía Minera Newcrest de Australia ejecutó, con la autorización del Estado, en 1993 y 1994 diversas labores de reconocimiento en busca de posibles depósitos de minerales en el norte del Perú. El objetivo fundamental era encontrar yacimientos de oro. En 1995 Newcrest estableció una alianza estratégica con la Compañía Minera Cyprus Amex conocida en el Perú como Minera Coripachas para en entre 1996 y 1998 iniciar el proceso exploratorio minero en la zona del cerro Henry Hills en Huancabamba, realizando de esta manera 18 perforaciones diamantinas en 5,367 metros.

En setiembre y octubre de 1997 Las Asambleas Generales de las Comunidades de Segunda y Cajas y de Yanta otorgan los permisos de “uso de tierras superficiales” a la minera Coripachas. Este es un dato relevante en el proceso de inserción, debido a que la minera Rio Blanco sostiene que los permisos fueron entregados a la entonces Minera Majaz y que eran permisos de exploración, construcción y explotación de la zona. Sin embargo los permisos no fueron entregados a la Minera Majaz - Rio Blanco sino a la minera Coripachas, y con esos permisos se tramitó el EIA.

El informe de la defensoría del Pueblo sobre el caso Majaz, contiene el documento oficial de la firma del acuerdo que fue legalizado el 5 de octubre de 1997 ante el notario Carlos A. La torre y explica lo siguiente “La Comunidad Campesina de Segunda y Cajas, reconoce la existencia de actividades mineras en los sectores de Loma Pelada, Huaquillas, Pan de Azúcar y Mógica. Mediante acuerdo de Asamblea General de los comuneros llevada a cabo el día 21 de septiembre del presente año (Libro de folio 156,157,158,159), se autoriza por unanimidad otorgar permiso de uso superficial a Minera Coripacha S.A. para que puedan llevar a cabo sus actividades mineras en los sectores antes indicados. Asimismo, se autoriza al Presidente de la Comunidad Sr. Salomón Ramírez Correa, suscribir el Convenio correspondiente (...)” (Defensoría del pueblo, 2006, p. 7)

En 1999, la Compañía Minera Cyprus Amex (Coripachas) se fusionó con la minera norteamericana Phelps Dodge, este mismo año Newcrest vendió la totalidad de sus activos en Perú a Gitennes Exploraciones Inc. En el 2000 Phelps Dodge cede a Gitennes Exploraciones Inc la totalidad de su participación en lo que sería el proyecto Rio Blanco ubicado en el cerro Henry Hills en Huancabamba. En el 2001 Gitennes Exploraciones Inc. vendió a la empresa inglesa Monterrico Metals Plc, el 75 % de su participación en

el proyecto Minero Río Blanco. Por su parte, Monterrico Metals tenía una empresa subsidiaria en el Perú creada el 2 de julio de 1995 de nombre Minera Majaz S.A que a partir del 2002 empieza explorar la zona del proyecto (**Ver Cuadro 1**)



Cuadro 1: Cuadro de Propiedad de Río Blanco

Segunda etapa: Primeras exploraciones (2002)

A inicios del 2002 Monterrico Metals Plc, a través Minera Majaz S.A. empieza explorar la zona del proyecto con muestreo de suelos, mapeo y perforación diamantina, es decir obtener una muestra de roca de la zona y determinar las condiciones para la extracción del mineral y las estructuras sobre las que se encuentra este.

Para realizar este mapeo y perforación era necesario la autorización de la comunidad propietaria del terreno superficial, es así que, la empresa Majaz, afirma que el 17 de agosto del 2002, la comunidad de Cajas y Yanta les da autorización para ingresar a sus áreas para efectuar estudios de exploración y perforación y a su vez se les otorga autorización para efectuar trabajos de prospección sísmica en los sectores de Río Blanco, Pan de Azúcar y toda la cordillera occidental hasta el límite de su jurisdicción, lo cual es corroborado por el informe de la defensoría del pueblo.

Cabe aclarar que la autorización otorgada en las actas suscritas en el año 2002, a las que se hace referencia anteriormente, fueron aprobadas sólo por las Juntas Directivas de las comunidades campesinas, y no por los dos tercios de las Asambleas Generales de las Comunidades como lo estipula la Ley 26505 (Congreso de la República del Perú, 1995, art 11), *Ley de la inversión privada en el desarrollo de las actividades económicas en las tierras del territorio nacional y de las comunidades campesinas y nativas*, promulgada el 17 de julio de 1995, vigente actualmente y que en su art. 11 estipula lo siguiente “ Para disponer, gravar, arrendar o ejercer cualquier otro acto sobre las tierras comunales, se requerirá el Acuerdo de la Asamblea General con el voto conforme de no menos de los dos tercios de todos los miembros de la Comunidad.” (Congreso de la República del Perú, 1995, art 11) Esto constituye un vacío en las actas firmadas por la empresa que será la principal razón de oposición por parte de las comunidades.

Al respecto, Benito Guarnizo, dirigente comunal, comenta “[La empresa] ha sorprendido a algunos dirigentes pero eso no es válido, además la empresa no conocía la ley de las comunidades campesina, en ese tiempo incluso se les pudo dar la autorización a través de una asamblea general de comunero, pero ellos sorprendieron y pidieron permiso a algunos directivos de aquella época, pero dijeron que no se iba a instalar sino que solo querían tomar muestras. Eso es negativo porque ellos debieron tener los 2/3 de la asamblea comunal. Hicieron una maniobra legal con los gobiernos de turno y los gobiernos nos les iban a dar la razón a las comunidades sino a la empresa extranjera eso es anticonstitucional e ilegal” (B. Guarnizo, entrevista personal, 1 de agosto del 2013)

En el año 2003 Monterrico Metals se hace dueño absoluto de las acciones del proyecto Río Blanco. Sin embargo, este mismo año, surge otro inconveniente que imposibilita a la empresa Majaz para continuar con las labores de exploración, debido a que el proyecto se encontraba a menos de 50 kilómetros de la frontera con el Ecuador.

En este sentido, en el artículo 71 de la Constitución Política del Perú respecto a la propiedad de los extranjeros, estipula que “Los extranjeros, sean personas naturales o jurídicas, están en la misma condición que los peruanos, sin que, en caso alguno, puedan invocar excepción o protección diplomática, Sin embargo, dentro de cincuenta kilómetros de la frontera, los extranjeros no pueden adquirir ni poseer título alguno,

mimas, tierras, bosques, aguas, combustibles, ni fuentes de energía, directa ni indirecta, individualmente ni en sociedad, bajo pena de perder, en beneficio del Estado, el derecho así adquirido. Se exceptúa el caso de necesidad pública expresamente declarada por decreto supremo aprobado por el consejo de ministros conforme a ley” (Congreso de la República, 1993, art. 71)

El 22 de junio del 2003 se publica en el diario “El Peruano” el Decreto supremo N° 023-2003-EM, que permite a la empresa Río Blanco Cooper adquirir y poseer concesiones y derechos sobre minas dentro de los 50 kilómetros de la frontera norte del Perú (Frontera con Ecuador).

En el decreto supremo se considera a la actividad de la empresa Río Blanco Cooper de “Necesidad Pública”, debido a que incide en el bienestar de las comunidades beneficiadas, puesto que mediante este permiso de exploración se trata de lograr el desarrollo de las zonas de frontera (Presidencia del Consejo de Ministros, 2003)

Es importante señalar que a la fecha de publicación del decreto, la empresa Río Blanco Cooper había adquirido la totalidad de las acciones de la empresa Majaz y se encontraba entonces bajo la dirección de Raymon Agus. Este traspaso de acciones no había sido notificado a las comunidades, lo que generó otro motivo de desconfianza.

Tercera etapa: Inicio del conflicto (2004)

Esta etapa hace referencia a los primeros momentos del conflicto, que para algunos especialistas se realiza en un entorno local. En este punto no se desarrollarán los hechos de forma detallada en las etapas del conflicto, solo se hará un recuento de los mismos para ser tratados posteriormente.

Para comprender el desarrollo del conflicto conviene estudiar, como mencionan los especialistas, las razones que llevan a la comunidad a oponerse al proyecto minero.

En Primer lugar, las poblaciones de Segunda y Cajas rechazan la presencia de la empresa al considerarla ilegal por no contar con el permiso de más del 50% de los miembros de la comunidad

Una de las primeras muestras de la situación de conflicto fue la reunión sostenida el 18 de mayo del 2003 en las comunidades de Segunda y Cajas en donde se “Declara nula la autorización de prospección sísmica otorgada por la junta directiva de la comunidad Segunda y Cajas a la empresa minera Majaz S.A” y se prohíbe “En todo el territorio comunal cualquier actividad minera u otra análoga que malogre, deteriore o contamine

los recursos naturales existentes en las tierras de la Comunidad que pongan en peligro la salud y la vida de los comuneros” (Bebbintong, 2007, p.23)

Por su parte Anthony Bebbintong afirma que además de la razón manifestada por las comunidades existen tres razones fundamentales para que se desarrollara el conflicto. La primera es el trabajo de los activistas anti mineros en el área correspondiente a las comunidades de Segunda, Cajas y Yanta. La segunda razón, es el antecedente de Tambogrande con respecto a la oposición de la actividad minera y la tercera razón es la desconfianza generada por la empresa al obtener los permisos solo de las asambleas generales de las comunidades y no de los dos tercios de las mismas. (Bebbintong, 2007, p.23)

Como se puede observar en la cita anterior tanto Bebbintong como las comunidades coinciden con la tercera razón sobre los permisos otorgados.

Cabe señalar además que existe, según la ONG FEDEPAZ, quienes mostraron su oposición al proyecto minero, otra razón de importancia para que se desarrolle el conflicto esta es, como se mencionó con anterioridad, la publicación del decreto N° 023-2003-EM en donde se le otorga el permiso a la empresa Rio Blanco Cooper S.A para adquirir el 100 % de las acciones de la empresa Majaz S.A realizar labores de exploración a menos de 50 km de la frontera con Ecuador, aun cuando la constitución lo prohíbe. Es importante resaltar que aun cuando el decreto es publicado en el año 2003, la empresa Rio Blanco Cooper de propiedad del grupo Zijin, figura como encargado del proyecto Río Blanco ante la prensa y la población recién en el año 2007.

El decreto N° 023-2003-EM otorga a la empresa Rio Blanco Cooper el permiso de exploración en menos de 50 kilómetros de la frontera declarando de interés nacional el proyecto minero, ya que, según refiere el decreto, se busca lograr el desarrollo de la zona de frontera y el bienestar colectivo. Sin embargo, no se menciona cual es el compromiso de la empresa para lograr este desarrollo, ni que actividades o proyectos se ejecutarán y en qué plazos. Esto constituye un vacío importante en la normativa que podría ordenar la ejecución del proyecto.

Esto explica, que con el paso del tiempo la oposición al proyecto se volvió más organizada y en abril del 2004 ante los pedidos de la comunidad a las autoridades locales, la asamblea general da un ultimátum de 15 días a Ministerio de Energía y Minas para solucionar la situación. Ante la inviabilidad del diálogo se inicia una marcha hacia el asentamiento minero. En esta marcha que se tornó violenta, resulta muerto por una bomba lacrimógena que le golpeó en la cabeza Reemberto Herrera Racho que era miembro de la comunidad. Inicialmente diez efectivos policiales fueron acusados pero posteriormente se les absolvió.

“Lo que no se les puede perdonar son los asesinatos. Niños huérfanos y comuneros discapacitados, queda su vida malograda para siempre. Es una empresa que ha hecho un daño irreparable” (B. Guarnizo, entrevista personal, 1 de agosto del 2013)

Desde sus inicios, el proyecto Río Blanco involucró no solo a la empresa y la comunidad, sino también a las autoridades tanto locales como nacionales. Sin embargo, la relación de estas con el proyecto y con el posterior conflicto fue gradual. La primera muestra clara de alerta por parte de las autoridades regionales fue la creación de una Mesa de Concertación desde el 2004, que reuniera a los principales involucrados y a los que se les pudiera informar sobre el EIA elaborado por la empresa. La mesa fue coordinada por el Centro de Análisis y Resolución de Conflictos de la Universidad Católica del Perú (PUCP), pero las comunidades se retiraron de la mesa por considerar que esta favorecería a la empresa (Bebbintong, 2007, p.24)

Hacia junio del 2005 la mesa de diálogo había fracasado y termina la relación entre la empresa y la Universidad Católica que hasta ese momento había actuado como garante en el diálogo.

El 25 de julio del 2005 se produce una segunda marcha al campamento minero. Esta segunda irrupción también deja como saldo otro campesino muerto Melanio García Gonzales. En esta marcha participaron integrantes de la comunidad de Yanta pero también de Segunda y Cajas. Es importante señalar que durante este proceso, el diálogo al que apelaba la empresa y las autoridades, no fue posible debido a que ya se habían desencadenado actos de violencia y sobre todo reinaba la desconfianza por parte de las comunidades. Incluso se creó una misión negociadora encabezada por el Monseñor Daniel Turley, Javier Aroca de Oxfam América y Miguel Palacín de CONACAMI, sin embargo esta comisión también fracasó ante la imposibilidad de tener acceso al campamento.

El Diario Correo de Piura, publica un informe sobre la actuación de esta comisión en el conflicto en donde afirma que la participación de la comisión sienta un “escandaloso precedente” en las negociaciones y revela la falta de autoridad del gobierno. Así mismo sostiene la investigación sobre los miembros de la comisión que “Como ha denunciado este diario en su momento, ambos organismos no gubernamentales (OXFAM y CONACAMI) de orientación radical incentivaron la oposición minera en Huancabamba y azuzaron el conflicto que provocó ya algunos heridos. Hoy sin embargo se presentan como salvadores en la denominada comisión de la paz conformada a iniciativa del gobierno de Toledo” (“Energía y minas negoció”, 2005, p.2)

A partir de este incidente se inicia la difusión del conflicto a nivel nacional a través de los medios de comunicación al que algunos especialistas han llegado a calificar incluso

como una “Guerra mediática” (“Energía y minas negoció”, 2005, p.2) debido a la variedad de opiniones vertidas.

Cuarta etapa: Expansión del conflicto a nivel nacional (2005-En adelante)

El proyecto Río Blanco desde sus inicios había despertado el interés de las autoridades y población a nivel nacional. Esto por dos razones, la primera por la fuerte inversión que el proyecto requería así como las ganancias que significarían para el país; y la segunda razón, el antecedente de violencia que se registró en Tambogrande y que podría volver a repetirse. Sin embargo el gobierno peruano, otra vez, no estaba preparado para asumir la negociación, en un conflicto medioambiental en el que, esta vez, no solo intervenían la empresa y la población sino también actores externos como las ONGs, la iglesia e incluso hasta organismos internacionales.

El 12 de Octubre del 2005, el entonces presidente Alejandro Toledo declara durante una cumbre en Bélgica sobre la existencia de: “Una alianza perversa entre el narcotráfico y el terrorismo, [que] está emergiendo un poquito en Piura, cerca de la mina Majaz” (“Red del Terror”, 2005)

Estas declaraciones motivaron la emisión de un reportaje denominado “Red del Terror” en el programa Panorama de Panamericana Televisión, conducido por la periodista Jéssica Tapia y bajo la dirección de Alejandro Guerrero, en donde se denuncia la existencia de una red de corrupción y terrorismo en el caso Río Blanco. Esta red, según lo señala el reportaje, estaría formada por miembros de la comunidad, por integrantes de ONG ambientalistas y algunos miembros de la Iglesia, entre los que se nombró al Mons. Francisco Muguero Ibarra Pro Vicario de Jaén y Director de Radio Marañón, y Marco Arana, líder del movimiento “Tierra y Libertad”, integrantes de la llamada “Iglesia Progresista” y vinculados, según indica el reportaje, con el movimiento Patria Roja (“Red del Terror”, 2005) **(Ver anexo 13)**

En respuesta a la información vertida en este reportaje, la Coordinadora Nacional de Radio¹³, publica un pronunciamiento con fecha del 25 de Octubre del 2005 en el que apoya la gestión del padre Muguero y rechaza las opiniones vertidas en el reportaje de Panamericana televisión: “Respaldamos la labor apostólica, social y de comunicación radiofónica a través de Radio Marañón, que desde hace varios años realiza el Padre Muguero en Jaén y otras localidades de Cajamarca y Amazonas (...) Rechazamos las versiones distorsionadas emitidas en el programa Panorama de Panamericana

¹³ La Coordinadora Nacional de Radio (CNR) es una organización civil integrada por radios educativas y comunitarias y por centros de producción de todo el Perú, protege el respeto a los derechos humanos especialmente en los medios de comunicación. La CNR está afiliada a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica y a la asociación Mundial de Radios Comunitarias.

Televisión, que no hacen sino reflejar la crisis del periodismo y los intereses privados subalternos que se expresan a través de diversos espacios informativos en los medios de comunicación con el objetivo de desprestigiar a personas e instituciones que trabajan por la defensa de los derechos humanos.” (Coordinadora Nacional De Radio, 2005)

Así mismo suscriben este pronunciamiento la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

El diario la República publica con fecha del 25 de octubre del 2005, las declaraciones del padre Muguero con respecto a las opiniones vertidas en el reportaje de Panamericana. “El vicario del obispado de Jaén, acompañado de su abogada Teresa Soberón, precisó que detrás de todas estas denuncias a través de los medios de comunicación nacional, está la empresa minera Majaz” (“Majaz no me callará...”, 2005, p.14)

“Al padre Muguero lo sacaba como jefe de una red de narcoterrorismo. Su posición es mucho más fuerte que la nuestra porque estaban más cerca de la zona del conflicto, este reportaje era una forma de desacreditarlo. Pero luego denunció al periodista porque no había pruebas. Los padres jesuitas lo respaldaron” (B. Concha, entrevista personal, 11 de julio del 2013)

En respuesta a la “Guerra mediática” que según los opositores a la empresa minera se había generado, los alcaldes de 4 provincias que perciben ser afectadas por el proyecto minero: Ayabaca, Huancabamba, Jaén y San Ignacio, forman el “Frente de Desarrollo Sostenible de la Frontera Norte del Perú” que reunía, además a los presidentes de las comunidades campesinas, de las rondas y los frentes locales de defensa. Por entonces también se formó el Grupo de Apoyo a Majaz creado por la Red Muqui, integrada por ONGs ambientalistas, con el fin de monitorear el desarrollo técnico del proyecto Río Blanco.

El Frente fue reconocido por el Ministerio de Energía y Minas como órgano representante de la población, pero durante las reuniones no se llegó a ningún acuerdo porque se negaban a aceptar la presencia de la empresa en el diálogo debido a que para este frente la empresa operaba en la zona ilegalmente por no contar con la aprobación de los dos tercios de la población.

Las negociaciones iniciales continuaron hasta abril del 2006 en que no se llegó a ningún acuerdo.

A partir del 2006 en adelante el conflicto se agrava, teniendo incluso la participación de organismos internacionales, alcanzando su punto más álgido con la consulta popular

realizada en el 2007 en donde se aprueba mayoritariamente la oposición frente al proyecto.

Es en esta consulta donde juegan un papel importante los medios de comunicación mostrándose una fuerte polarización de los medios a favor y en contra del proyecto, que muchas veces no recibían información directa de la empresa generándose una gran desinformación, como lo explica Belia Concha, Directora de Radio Cutivalú “Un problema que tiene la empresa es el silencio, no hablan con la población rápidamente, les basta tener el permiso del Estado no les interesa tener el permiso de la gente. Este es un problema que tienen muchas empresas que dicen que tratan de mejorar el nivel de comunicación y ahora recién la ponen entre sus prioridades. Los periodistas no tienen respuestas rápidas [de la empresa], todo lo trabajan por comunicados. Como periodista lo que quieres es preguntar y confrontar los datos que tienes, no tienes posibilidad de réplica, es su posición y nada más. Ellos tienen sus argumentos y explicaciones técnicas y tiene el respaldo del gobierno. Sus principales argumentos son que generarán trabajo, regalías y dinero, pero todo va al gobierno central.” (B. Concha, entrevista personal, 11 de julio del 2013)

En el 2007 se hace oficial la venta de las acciones en el proyecto Río Blanco por parte de la empresa Majaz S.A subsidiaria del Grupo Monterrico Metals al grupo Zijin de capitales chinos con su subsidiaria en el Perú la empresa Río Blanco Cooper S. A. Es importante señalar, que en el aspecto económico a partir de este punto se habla de dos empresas diferentes con capitales distintos, aunque la población en general no lo perciba así

1. Cronología del conflicto

El conflicto Río Blanco, actualmente se encuentra catalogado por el Reporte de Conflictos Sociales de la Defensoría del Pueblo como conflicto latente. Desde el año 2004 en que se inició oficialmente con los primeros actos de violencia registrados en el campamento de la empresa, hasta ahora se han desarrollado muchos hechos que involucran a la minera, las comunidades y el Estado. En este punto se desarrollarán cronológicamente los hechos de violencia que van desde abril del 2004 hasta la actualidad, basándonos en la información publicada en los diarios de circulación local y nacional y en la información proporcionada por la empresa. La cronología se dividirá en dos etapas: Conflicto activo y Conflicto latente

A) Conflicto Activo

- **Abril 2004** Marcha de ronderos hacia el campamento Río Blanco. Intenta tomar instalaciones de la empresa pero son controlados por fuerzas policiales. Se produjo la muerte de Reemberto Herrera Racho, integrante de la comunidad de Segunda y Cajas y miembros de las rondas campesinas.
- **28 de febrero 2005** El ingeniero José Arrieta Facundo, Jefe de asuntos socio ambientales, la antropóloga Cristine Boulan y Carlos Guarnizo, fueron atacados y retenidos en contra de su voluntad por un grupo de aproximadamente 100 comuneros liderados por Bernabé Chanta, entre los caseríos de Lagunas y Curilcas. Los exámenes médicos legales confirmaron que los agraviados sufrieron lesiones contusas en el cuerpo. Ante los ataques, el entonces premier Carlos Ferrero manifestó: “A este ingeniero, jefe de asuntos Socio ambientales de la minera Majaz lo detuvieron, lo azotaron durante nueve horas, solo por ser representante de la empresa minera, ¿Quién lo hizo? Los ronderos. ¿Por qué? Es una zona muy difícil, conflictiva y además es una de las pocas en el Perú donde hay amapola y marihuana”. (“Habrían secuestrado”, 2005, p.2)

Por su parte el ingeniero, José Arrieta declaró que los comuneros eran capaces de todo y que lo amenazaron con matarlo. Por su parte los dirigentes no ofrecen declaraciones a los medios. (“Premier Ferrero denuncia”, 2005, p.5)

- **03 de Marzo 2005** Ronderos de Yanta secuestraron a 8 comuneros del caserío de Anía por haber trabajado en el proyecto Río Blanco. Se realizaron las investigaciones del caso pero no se esclarecieron los hechos (“Habrían secuestrado”, 2005, p.2)
- **30 de Julio de 2005** Se forma la denominada comisión de la paz encabezada por el Mons. Daniel Turley y es fuertemente criticada por los comuneros por vincularla con intereses del Estado (“Energía y minas negoció”, 2005. p. 2)
- **02 de agosto del 2005** Comuneros de Ayabaca y Huacabamba toman el campamento de la empresa minera Majaz y expulsan a los empresarios. Intervienen aproximadamente 300 policías para evitar el ataque que se produjo entre las seis y siete de la mañana. En el ataque fueron tomados de rehenes varios efectivos policiales que se encontraban en la zona. (“Alerta roja”, 2005, p. 2)
- **03 de agosto del 2005** Después de la toma del campamento de la empresa minera, se realiza la primera mesa de diálogo que cuenta con la presencia de las autoridades locales y el vice ministro de Energía y Minas, Rómulo Mucho Mamani, el evento no

contó con la participación de miembros de las comunidades afectadas. En la mesa se acordó dar atención a los comuneros heridos durante el enfrentamiento e investigar los hechos.

Rómulo Mucho Mamani, sostiene que Majaz busca en todo momento solucionar el conflicto y que exige al gobierno peruano que respete el estado de derecho. Así mismo el funcionario declaró a la prensa que la empresa minera no estaba contaminando ni contaminaría la zona. Además informó a los medios que había que poner en la balanza cuáles son las cosas buenas que va a traer la minería para esta zona tan olvidada, donde no hay infraestructura ni servicios (“Comisiones para disuadir”, 2005, p.3) Con respecto a la toma del campamento afirmó que Solo se trataba de una escaramuza, que todo estaba en calma y que según la información que tenía solo fue un intento y que no hubo ninguna toma de campamento (“Comisiones para disuadir”, 2005, p.3)

Por su parte Monseñor Turley admitió que los comuneros capturaron a un capitán de la Policía Nacional al que luego liberaron, y que hubo un enfrentamiento con heridos (“Comisiones para disuadir”, 2005, p.3)

- **05 de Agosto del 2005** Ronderos atacan Agencia agraria y “Radio Campesina”. Al promediar las once la mañana del día 4 de agosto ronderos pertenecientes a las comunidades opositoras a la empresa minera atacaron las instalaciones de la radio local “Radio Campesina”, según declaran, por brindar espacio en su programación a la empresa Majaz. En su defensa, Armando Guerrero, propietario de la emisora afirma que como medio de comunicación estatal su tarea es dar participación a las organizaciones campesinas y también a representantes de la empresa.
- **06 de Agosto del 2005** Empresa Majaz anuncia el reinicio de las labores de exploración, pese al ultimátum dado por los ronderos de Ayabaca, Huancabamba, Tabaconas y San Ignacio para que la empresa salga de la zona antes del 18 de agosto. El anuncio del reinicio de operaciones fue dado por el gerente de minera Majaz Andrew Bristow, quien manifestó que se había avanzado en un 80% los trabajos de exploración en la zona y el estudios de impacto ambiental a través del cual se podía señalar si las acusaciones contra empresa de contaminar la zona tenían algún fundamento (“Majaz reiniciará labores, 2005, p.2”)
- **08 de agosto 2005** Nuevamente, ronderos retienen a tres trabajadores de la empresa Majaz. Andrew Bristow, gerente de Majaz, informa a la prensa que esta vez, se trata de Teófilo García Campos, Raúl Martínez Martínez y Juan Alberca Herrera. Al respecto, el padre Francisco Muguero ,miembro de la comisión de diálogo y vicario

de Jaén no hace referencia al incidente manifestado por Bristow, por el contrario declara que “ [Las fuerzas policiales] Quemaron grandes cantidades de alimentos a los campesinos y les robaron sus pertenencias(...)policía arremetió con todo contra los ronderos de la zona de Pan de Azúcar” (“Ronderos retienen”, 2005, p. 3)

Es importante señalar que según como lo informa el diario “El Comercio” se vivía en esta zona un nivel alarmante de desinformación en donde la mayor parte de la población manejaba la idea de que la empresa Majaz ya extraía minerales y al hacerlo contaminaba las nacientes de los ríos, los cultivos y el aire (“Municipio de Ayabaca”, 2005, p.3)

- **18 de febrero 2006** Seis comuneros de la comunidad campesina de Yanta son secuestrados por ronderos cuando se dirigían a Cajamarca en un viaje financiado por la empresa Majaz para conocer el proyecto Yanacocha. Según informa el diario La República, los ronderos obligaron a los comuneros a firmar un documento en el que se comprometían a no volver a trabajar con la empresa minera. (“Ronderos soltaron” 2006, p.5)
- **Mayo 2006** Se produce la marcha “Por la Paz” en Huancabamba convocada por el Frente de Desarrollo que preside Adriano Facundo y reúne a 2500 personas. Por su parte el Frente de Defensa presidido por Carlos Martínez convoca para los días 29 y 30 de mayo un paro de 48 horas que no tiene acogida. (“Sangre ya corre”, 2006, p.2)
- **02 de mayo 2006** Ronderos atacan a la familia de Emilia Torres Castillo y destruyen vivero por negarse a firmar un acta rechazando la presencia de la empresa minera (“Ronderos atacan”, 2006, p. 3)
- **Setiembre 2006** la empresa renueva su oficina de relaciones comunitarias pero la población aunque reconoce un cambio de actitud se plantea, junto con la ONGs que intervienen en el conflicto, la realización de una consulta popular igual que en Tambogrande (Echave, 1999, p. 121)

- **11 de setiembre 2006**
 - Gobernadora de Huancabamba Armandina Arrieta Torres, denuncia amenazas contra comuneros que apoyan a la minera Majaz, sostiene que todos los días al

menos quince pobladores acuden a la sede de la gobernación política de Huancabamba para solicitar garantías. Así mismo manifiesta que los ronderos aplican multas de 40 y 60 nuevos soles a los miembros de la comunidad que no asistan a votar en la consulta popular organizada para el 16 de setiembre a la que califica de “Ilegítima”, además de las multas denuncia que a las familias de los infractores de les cortarían el turno de agua para sus cultivos de pan llevar.

Ante la inminente consulta popular organizada para el día 16 de setiembre, el entonces premier Jorge Del Castillo pide a la población a través de los medios, mirar el espejo de Tambogrande para tomar una decisión sobre Río Blanco, porque hay quienes están interesados en realizar una explotación irracional, es decir que se vaya la gran minería y empiece la minería informal destruyendo los páramos, cuencas o bosque de neblina (“El país perdería” 2007, p.13)

- Se instala nueva mesa de diálogo que cuenta con la presencia del Premier Jorge del Castillo, El Presidente Regional César Trelles Lara, Las Gobernadoras de Piura y Huancabamba, El obispo de Chulucanas Mons. Daniel Turley y el Obispo Emérito de Chimbote Luis Bambarén Gastelumendi. Como en las mesas anteriores, no cuenta con la presencia de los alcaldes provinciales a pesar de haber comprometido su asistencia. Del Castillo afirma a la prensa que la consulta popular programada para el 16 de noviembre no es reconocida por el Estado y tampoco por el Jurado Nacional de Elecciones ni por la ONPE. (“Boicot de alcalde”, 2007, p. 12)
- **Abril 2007** La empresa Majaz de propiedad del grupo Monterrico Metals S.A cambia de razón social y pasa a llamarse empresa Río Blanco Cooper S.A al vender sus acciones al grupo Zijin
- **14 de setiembre 2007**
 - Empresa Río Blanco Cooper S.A abre en Piura primer centro de información sobre proyecto Río Blanco. La inauguración contó con la presencia del Presidente Ejecutivo de Minera Majaz Xiao Dong Huang y la Alcaldesa de Piura, Mónica Zapata. El objetivo del centro era, según Dong Huang, lograr que la población entienda que la minería y la agricultura se pueden desarrollar juntas. (“Majaz abre primer”, 2007, p. 4)
 - Intentan robar actas electorales destinadas a la consulta popular. El hecho fue denunciado y se incautaron las 2 cajas conteniendo el material. (“Plantea ministerio”, 2007, p. 4)

- **15 de setiembre 2007** Fiscal Segundo Pastor, de la fiscalía mixta de Huancabamba, declara improcedente pedido del Jurado Nacional de Elecciones de incautar el material electoral para la consulta popular sobre permanecía de empresa Majaz (“Fiscal dio”, 2007, p. 3)
- **16 de setiembre 2007** Se lleva a cabo la consulta popular para decidir la permanencia de la minera Majaz. Participaron en la consulta los distritos de Pacaipampa, Carmen de la Frontera y Ayabaca. La pregunta que se le formuló a los pobladores era “¿Está Usted de acuerdo con que se realice la actividad minera en su distrito?”.

El resultado fue que más del 90 por ciento de la población se manifestó en contra de la presencia de la empresa minera Majaz. Acudieron a las mesas 31 mil votantes de los 3 distritos en total. “Los resultados demuestran la conciencia cívica de la población. Para ellos este sufragio no era obligatorio y vinieron desde muy lejos para expresar su voto” declaró Edith Pacheco, coordinadora zonal del comité técnico de Carmen de la Frontera. Pobladores de la comunidad de Carmen de la Frontera, denunciaron al diario La República, que camino al distrito de Ayabaca entre los sectores de Chanurá y Pingola encontraron volantes en los que se le exhortaba a no asistir a la consulta: “Piura quiere inversión, no a la intervención comunista en Majaz, el comunismo que causó terror impide que la inversión privada llegue a nuestra región”

A pesar de no ser autorizada por el JNE y ONPE, la consulta contó con la participación de más de 22 observadores internacionales de Ecuador, Bolivia, España, Alemania e Inglaterra. (“Abrumador no”, 2007, p. 2)

- **18 de noviembre 2007** Majáz plantea diálogo a partir de resultados de consulta popular. Andrew Bristow declara “Los resultados revelan que todavía enfrentamos situación de desinformación” (“Majaz plantea diálogo”, 2007, p. 4)
- **03 de diciembre 2007** Personal del programa “Juntos” es amenazado por ronderos quienes hacen creer a la población que integrantes de programa asistencial pertenecen a la empresa minera. Diario “La República” sostiene que la confusión se debe a que la empresa minera cuenta con una revista institucional que coincidentemente se llama “Juntos” (“Rondero amenazan”, 2007, p. 16)
- **07 de diciembre 2007** Presidente de la Federación Provincial de Rondas Campesinas de Ayabaca Pascual Rosas, perdió los papeles y amenaza con agarrar a latigazos al Presidente Regional César Trelles Lara por haberlos calificados de

“Violentistas” durante la mesa de diálogo. Rosas declaró en Radio Ayabaca “Vetearemos al Presidente Regional César Trelles Lara, por acusarnos de flageladores y violentos” (“Amenaza con vetear”, 2007, p. 4)

- **18 Marzo 2008** Comunero de caserío Alumbre de Carmen de la frontera en Huancabamba es golpeado y dejado moribundo por ronderos que lo identifican por minero (“Golpean y dejan”, 2008, p. 4)
- **14 Noviembre 2008** Ronderos toman comisaría de Sapalache y pretenden “ajusticiar” a funcionarios y empleados de minera Río Blanco (“Ronderos toman comisaría”, 2008, p.28)
- **05 Enero 2009** Queman oficina de Relaciones Comunitarias de Río Blanco ubicada en el Centro Poblado “El Carmen”. Los atacantes portaban machetes y palanas y rociaron combustible al inmueble. A causa de este hecho se cierra la oficina de Río Blanco en Piura provisionalmente y el centro de informaciones permanentemente. (“Ronderos queman” 2009, p. 14)
- **8 de Febrero 2009** Periodista de Radio Cutivalú, Julio Vásquez, denuncia amenazas telefónicas. Acusa a empresa Río Blanco de hostigamiento
- **27 de febrero 2009** Comisión de Derechos Humanos de la OEA revisa caso Majaz para comprobar la tortura de 29 personas en el campamento de la empresa en el 2005 (“Comisión de DDHH” 2009, p.3)
- **29 de Julio 2009** Miembros de las comunidades de Segunda y Cajas y Yanta apoyados por la ONG FEDEPAZ denuncian a la empresa Río Blanco ante las altas cortes británicas por torturas a 29 campesinos y periodistas durante el año 2005 en su campamento.
- **01 de Noviembre 2009** Desconocidos atacan y queman instalaciones de campamento minero, asesinan a tres personas: el administrador y dos vigilantes (“Desconocidos atacan” 2009, p.23)

B) Conflicto Latente

- **21 de julio del 2011** Empresa Río Blanco acepta indemnizar a los 32 campesinos presuntamente torturados en su campamento para dar por finalizada la demanda ante las cortes inglesas

- **10 de noviembre 2012** Absuelven a 107 personas acusada por delitos de violencia contra la empresa minera Majaz, entre ellos se encuentran los 28 comuneros y periodistas que acusan a la empresa de torturas en el campamento. (“Absuelven en Perú” 2012)

2. Políticas de comunicación de la minera Majaz S.A: Antecedente de Río Blanco Copper S.A

Como se ha mencionado anteriormente, la Minera Río Blanco Copper, cuenta con un antecedente importante que es la empresa Majaz S.A subsidiaria de la transnacional Monterrico Metals, cuyo periodo de actividad comprende desde el año 2002 hasta el 2007 ¹⁴

Desde el año 2002 al 2004, Majaz no cuenta en su staff con comunicadores ni con un plan de comunicación que apoyara su inserción al territorio nacional ni ninguna de sus acciones que comprenden el proceso de exploración en la zona, generando desinformación en las comunidades y que algunos sectores de las mismas se opusieran radicalmente a la exploración por parte de la empresa. Así mismo, la gerencia consideraba que el acercamiento que habían tenido algunos de sus miembros era suficiente para asegurar el trabajo en la zona. Es en el año 2004 cuando se realiza el primer intento de toma de campamento, que la empresa toma conciencia de la situación y decide realizar acciones para minimizar el impacto.

Roberto Condezo (R. Condezo, entrevista personal, 24 de mayo del 2013), Gerente de Relaciones comunitarias de Majaz S.A afirma: “Lo primero que hice [cuando ingresó a la empresa] fue un reconocimiento del área. Yo entré un mes antes del primer movimiento contra el proyecto y pedí un recorrido por casi toda la zona de influencia. Lo que puede ver es que había gente que no estaba a favor del proyecto, algunas personas estaban radicalmente en contra. Eso lo expliqué a la gerencia y no me creyeron, me mostraron fotos donde habían tenido campeonatos de futbol en Segunda y Cajas, todo estaba bien supuestamente para el gerente. Después del 22 de abril del

¹⁴ Es importante resaltar que la empresa Majaz, inicia su periodo de exploración en la zona a partir del 1993, pero es hasta el año 2002 en que empieza a operar oficialmente.

2004¹⁵ me pidieron que los ayudara, es así que comenzamos a pensar qué medidas tomar”.

En el año 2004¹⁶ después del intento de toma de campamento por parte de las comunidades quienes exigen la salida de la empresa minera de la zona, por considerar que contamina el ambiente y pone en grave riesgo la salud, Majaz se vio en la necesidad de organizar un equipo de relaciones comunitarias. A este se incorpora a 3 comunicadores que se encargan de mejorar la imagen de la empresa frente a las comunidades. Este equipo se convertiría posteriormente en la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias en el año 2005.

Para efectos prácticos, explicaremos por separado la creación tanto de equipo como de la oficina, los objetivos, ámbito de acción, integrantes, funciones, recursos económicos, producción y dificultades

A) Equipo de Relaciones Comunitarias (Abril del 2004)

Para desarrollar lo relacionado con este primer grupo de relaciones comunitarias se contó con la colaboración de los siguientes ex funcionarios de Minera Majaz S.A: Ingeniero Roberto Condezo, Gerente de Relaciones Comunitarias de Majaz y Jefe del equipo de Relaciones Comunitarias y la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias del 2004 al 2006; de la Licenciada Doris Carhuapoma , supervisora del equipo y la oficina del 2004 al 2008; y del Licenciado José Carlos Cueva Andaluz, integrante del equipo y la Oficina del 2004 al 2010

a) Creación

El Ingeniero Estadístico Roberto Condezo fue contratado por la empresa Majaz en febrero del 2004 para revisar los acuerdos de servidumbre minera que la empresa había firmado con las comunidades, para lo cual realizó una inspección por la zona de influencia acompañado del Ingeniero José Arrieta, quien había realizado talleres informativos en la zona: “Mi ingreso a la empresa [sostiene Condezo] fue para ver el tema de los acuerdos con las comunidades. Primero revisé los documentos y me pareció que no eran documentos válidos que reunieran los requisitos dados por el Ministerio de Energía y Minas. Eran documentos caseros que carecían de valor legal, sin embargo, para mí era importante tener un acuerdo que reúna los requisitos y esa fue la razón por la que me contrataron. Yo no ingreso a hacerme cargo de las

¹⁵ Primer intento de toma de campamento en Huancabamba

¹⁶ Ver cronología del conflicto en el capítulo III

relaciones comunitarias, yo ingreso propiamente a ver los acuerdos” (R. Condezo, entrevista personal, 24 de mayo del 2013)

Condezo afirma que la situación de rechazo ante el proyecto que fue encontrada en las comunidades se comunicó a la empresa, pero que los hechos ocurrieron rápidamente desencadenándose el primer intento de toma de campamento¹⁷ “Lo que pasó fue muy rápido. Yo llegué con el reporte de que había problemas y en ese mismo mes se desencadenan los hechos violentos. El viaje por la zona de influencia me tomó casi un mes porque empecé a contactarme con algunos líderes comunales. Mi misión era controlar una posible toma de campamento pero no se pudo” (R. Condezo, entrevista personal, 24 de mayo del 2013)

Después del intento de toma de campamento que cobró la vida de un comunero de Segunda y Cajas, la empresa decidió formar un equipo de Relaciones Comunitarias para mejorar la relación entre la minera y las comunidades, es así que se le encomienda a Roberto Condezo la conformación de este equipo multidisciplinario del que también forma parte el ingeniero José Arrieta, quien como se mencionó, realizaba talleres informativos en la zona. Para reforzar el quipo se contrata a la consultora de comunicación australiana Cristine Bouland quien junto con Condezo dejan por escrito las bases de las líneas de acción y las comunicaciones como componente transversal de las relaciones comunitarias.

Las primeras labores del Ing. Condezo, como gerente de Relaciones comunitarias, consistía en presidir y organizar las mesas de concertación y las mesas técnicas en cada caserío para iniciar el diálogo con los miembros de las comunidades: “Había diferencia entre el tema político y el tema social. Porque después de una movilización de este tipo y con una persona muerta había más un tema político. Armamos una mesa de concertación, quien se hace cargo de la mesa fui yo, y luego se hacían mesas técnicas que dependían de la mesa de concertación. El trabajo fue más político que propiamente un trabajo de relaciones comunitarias” (R. Condezo, entrevista personal, 24 de mayo del 2013)

b) Objetivos

Los principales objetivos que la empresa minera plantea al equipo de relaciones comunitarias consistían en:

- 1) Lograr la confianza de parte de las comunidades al proyecto

¹⁷ Ver capítulo II Cronología del conflicto

- 2) Elaborar un mapeo social.
- 3) Crear los primeros mensajes en materia de comunicación para difundir las acciones de la minera. (R. Condezo, entrevista personal, 24 de mayo del 2013)

c) *Ámbito de acción de los comunicadores*

El trabajo de comunicación se realizaría en 3 ámbitos geográficos: Huancabamba, Ayabaca, y la zona de influencia en donde estaría ubicado el mineroducto, es decir el trayecto comprendido entre Canchaque y Sechura

d) *Integrantes*

La empresa en el año 2004 en que se decide formar un equipo de comunicaciones y relaciones comunitarias solicita comunicadores que cumplieran con el siguiente perfil profesional:

Perfil profesional del comunicador:

- Licenciado en Comunicación Social con especialidad en comunicación para el desarrollo
- Huancabambino o Piurano
- Experiencia en medios de comunicación
- Conocimiento en la realidad regional
- Experiencia en trabajo rural o vínculo con la sierra (R. Condezo, entrevista personal, 24 de mayo del 2013)

Sin embargo, en vista que en el 2004 ninguna universidad en Piura dictaba la especialidad de comunicación para el desarrollo se opta por contratar periodista egresados de las facultades de comunicación de las universidades piuranas y que tenga experiencia en trabajo en ONG en zonas rurales. Es así que el equipo se conformó de la siguiente manera:

Comunicadores: El equipo estuvo conformado por 5 comunicadores, 2 procedentes de Lima y 3 piuranos.

Trabajadores sociales Se contó con 3 licenciados en trabajo social y con experiencia en el ámbito rural, un ingeniero ambientalista y dos ingenieros mineros.

Los integrantes de este equipo fueron:

Director del Equipo

- Roberto Condezo

Comunicadores

- Lourdes Cárdenas Áreas (Lima)
- Carla Ruiz López (Lima)
- Ana Maria Chiroque Lujan (Piura)
- Doris Carhuapoma López (Piura)
- José Carlos Cueva Andaluz (Piura)

Trabajadores sociales:

- Doris Villar Retamoso
- Editha Centeno

Ingeniero minero

- José Arrieta
- Armando Lujan

Ingeniero ambientalista

- José Carlos Bancayán Vero

e) Funciones

- Funciones del Director del Equipo
 - Organizar el trabajo en el equipo.
 - Designar labores que se realizarían en las comunidades.
 - Monitorear los avances e informar a la empresa.
 - Lograr que los comunicadores y el resto del equipo comprendieran cuál era el mensaje que tenían que difundir a las comunidades y que entendieran las nociones básicas sobre minería y sus aspectos técnicos.

- **Funciones de los comunicadores**

Es importante destacar que todos los comunicadores del equipo realizaban las mismas labores en forma conjunta, es decir no había diferenciación de funciones. Entre sus principales funciones se encontraban:

- Realizar un mapeo de actores y un análisis de la situación de la empresa con las comunidades
- Realizar talleres informativos, especialmente con los líderes comunales
- Identificar los medios de comunicación con mayor audiencia en la zona
- Iniciar el trabajo en las comunidades a través de talleres participativos
- Elaborar los primeros mensajes tanto para radio (Piura y Alto Piura) como para prensa escrita (Diarios regionales)
- Creación de la primera revista institucional “Juntos”

De igual forma con respecto a las funciones de este equipo, José Carlos Cueva, ex integrantes, puntualiza que en los encargos también se encontraban:

- Hacer monitoreos de medios
- Actualizar los directorios de público objetivo (Autoridades regionales, locales y comunales)

f) Recursos Económicos:

No existía un presupuesto fijo destinado al equipo de comunicaciones, el presupuesto variaba y era enviado directamente de Lima para cada una de las actividades programadas por el equipo. Roberto Condezo, Gerente de Relaciones Comunitarias, tenía que elaborar cada dos meses un cronograma de posibles actividades para las cuales se realizaba un presupuesto aproximado el cual era enviado a Lima para su aprobación: “Yo tenía que hacer mi presupuesto cada dos meses y lo reajustaba, el presupuesto era tentativo. La reacción de la población la empresa no la esperaba y lo que hizo fue rearmar sus antiguos planes, por ejemplo, nosotros no sabíamos cuántas revistas “Juntos” íbamos a necesitar, el

tiraje de cuántas eran se iba ajustando día a día” (R. Condezo, entrevista personal, 24 de abril del 2013)

g) Recursos Materiales:

- ***Micro Programas de Radio (2004)***

Tenían como fin informar sobre los beneficios de la minería, en qué consistía el proyecto minero y la labor que realizaba la empresa. Estos microprogramas eran elaborados por el equipo de relaciones comunitarias en base a encuestas que realizaban en la zona de las que se obtenían las preguntas y dudas de la población.

Horarios: En cuanto a los horarios de difusión el programa era transmitido en las madrugadas cuando la población rural acostumbraba irse a trabajar y en las tardes cuando regresaba del campo. Los horarios también dependían de la cobertura de la radio. Antes de difundir los spots se hizo un estudio para saber cuales eran las radios más escuchadas en Huancabamba, Ayabaca y el corredor del mineroducto, en ese estudio también se contempló a las radios opositoras al proyecto, que estaban ubicadas especialmente en la zona de Jaén y San Ignacio que llegaban hasta el área de montaña de Huancabamba, aunque muchas de las radio eran “piratas” es decir que no contaban con licencia de todas maneras se trabajó con ellas porque eran las únicas que llegaban a esta zona. (C. Cueva, entrevista personal, 9 de abril 2013)

Temática: La temática fue variada, pero se puso énfasis en los beneficios del proyecto, el cuidado del medio ambiente y el uso del cobre en la vida diaria. Se buscó que los personajes que participaban en las historias fueran fácilmente identificados por los miembros de las comunidades: “Se utilizó por ejemplo a la ‘Señora María’ o el ‘Compadre Juan’. Es decir nombres que podían ser identificados por la población. También se usó la figura del profesor, porque él era una autoridad en las comunidades.” (D. Carhuapoma, entrevista personal, 9 de abril del 2013)

- ***Revista Institucional “Juntos” (2004)***

La revista “Juntos” fue la primera revista institucional de la empresa Majaz. Era gratuita y tenía como principal ámbito de distribución Huancabamba y las

comunidades aledañas. Fue creada para fomentar una relación más directa con las comunidades a través de la información del proyecto y su convivencia con la agricultura y la ganadería. Empezó a distribuirse una vez cada dos meses y posteriormente fue de circulación mensual. En la etapa del equipo de comunicación (2004) la revista contó con 8 hojas bond tamaño A4. Era en blanco y negro con títulos en color. En la contraportada se encontraba un espacio para colorear y pupiletras

Además se podían distinguir dos tipos:

- Una revista cuya distribución estaba destinada a la población huancabambina en donde predominaban los gráficos y el lenguaje era más sencillo **(Ver anexo 5)**
- Una revista preparada para las empresas a nivel regional relacionadas con el proyecto. La temática era la misma que la distribuida a las comunidades pero la presentación era más sobria. **(Ver anexo 6)**

Línea editorial: Defendían la realización del proyecto Río Blanco en la zona y la participación de la población dentro del mismo. Así mismo, consideraban que era importante la convivencia armónica de la agricultura y la minería.

Temática: La revista estaba dirigida a las comunidades afectadas por el proyecto, compuesta por distintos reportajes de las actividades de relaciones comunitarias que realizaba la empresa Majaz en Huancabamba, así como reportajes informativos de la propuesta de la explotación de la empresa minera. Esporádicamente se tocaron otros temas como entrevistas a especialistas en torno al tema de la inversión minera u otros temas relacionados (Pintado, 2011, p. 56.) Como dato importante, se sabe que las comunidades confundían el nombre de la revista con un programa de asistencia social del gobierno central que también llevaba el nombre de “Juntos”

- *Talleres Informativos*

Eran exposiciones interactivas y participativas dirigidas a los grupos de interés que existen en el área de influencia de la Empresa Majaz. Estos eventos informativos tienen la finalidad de difundir las características técnicas sociales y ambientales del proyecto así como sus beneficios (Pintado, 2011, p. 56.)

Contemplaban también la proyección de videos informativos a las comunidades, así como distribución de material grafico

h) Dificultades en el Equipo de Relaciones Comunitarias

Después de realizar entrevistas a los comunicadores que trabajaron en la minera Majaz, como parte de este primer equipo de relaciones comunitarias, se pudieron identificar las siguientes dificultades:

- 1) La principal dificultad que enfrentó este primer equipo de relaciones comunitarias, tiene que ver con la fecha de creación del mismo, debido a que se constituye dos años después de que la empresa operara oficialmente en Huancabamba y tomara contacto con las comunidades. Este hecho trajo como consecuencia que población y los miembros de las comunidades se formaran, una idea negativa de la empresa. Recuérdese, que en abril del 2004 se había producido una toma de campamento y el equipo de relaciones comunitarias se constituye a finales del 2004. Como afirma Doris Carhuapoma “El problema fue que la empresa empezó a darle importancia a la comunicación en una etapa posterior al trabajo técnico que se había iniciado. El conflicto empezó antes. Los que empezaron este proyecto nunca planificaron un trabajo social ni comunicacional sino que de acuerdo a la situación ellos comenzaron a planear. Antes del 2004 el trabajo social se limitaba a ir y comer con los pobladores y los pobladores los recibían bien porque eran buenos anfitriones, pero la empresa tenía una idea muy limitada de lo que era el trabajo social” (D. Carhuapoma, entrevista personal, 9 de abril del 2013)
- 2) Una segunda dificultad importante tuvo que ver con las promesas incumplidas. Los primeros miembros de la empresa que llegaron a la zona, les habían prometido a la población realizar trabajos de infraestructura, como carreteras, escuelas, comedores populares, etc. Pero lamentablemente, ningún proyecto social y de infraestructura pudo ponerse en marcha dado que la empresa aducía carecer de recursos económico para tal fin. Lo que fue interpretado por la población como una falta de respeto y sinceridad por parte de la empresa. “Inicialmente [Señala Carhuapoma] los técnicos ofrecieron muchas promesas que no se pudieron realizar, porque era un proyecto y los proyectos no tenían dinero para hacer obras. Cuando los comunicadores llegamos la gente nos recibió bien, eran amables, pero siempre nos preguntaban cuándo les íbamos a hacer el canal o el colegio que les habían prometido. El error fue que el personal técnico había prometido obras en un año y no se podían cumplir. Esto fue un factor determinante para decir que los mineros eran mentirosos, ofrecían trabajo y nunca lo concretaban” (D. Carhuapoma, entrevista personal, 9 de abril del 2013)

- 3) Finalmente, la tercera dificultad que enfrenta la empresa en este periodo es la intervención de las Ongs ambientalistas¹⁸ y de algunos sectores de la iglesia: “Si nosotros hacíamos algún trabajo en las comunidades, los ambientalistas también hacían sus campañas, incluso contrataron a Toronja Producciones¹⁹. Habían amenazas por parte de las rondas, comenzaban a prohibir a los comuneros que asistieran a las reuniones que organizaba la empresa, les aplicaban castigos. Realizaban mucho trabajo ideológico” (D. Carhuapoma, entrevista personal, 9 de abril del 2013)

B) La Oficina de Comunicación y Relaciones Comunitarias en Majaz S.A (Febrero 2005- diciembre 2008)

a) Creación

La Oficina de Comunicación y Relaciones Comunitarias fue creada en el año 2005 a partir del Equipo de Relaciones Comunitarias. La oficina estaba también bajo la supervisión del Gerente de Relaciones Sociales y Proyectos, Ing. Roberto Condezo y posteriormente del Ing. Raúl Urbina. Es Roberto Condezo quien impulsa la creación de esta oficina en Piura, que dependía directamente en el organigrama de la gerencia de Relaciones Sociales y Proyectos.

“Para mí [Sostiene Condezo] era clave realizar un plan de comunicaciones y fui yo quien inicia este grupo de comunicadores en Piura. Generamos bastante material informativo, porque para mí la información nunca sobra, tienes que generar información y ver como adecuarla a cada grupo de personas.” (R. Condezo, entrevista personal, 24 de mayo del 2013).

La oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias no contó con un plan o lineamientos de comunicación, dictados por la Gerencia General, los planes fueron elaborados en forma conjunta por el Gerente de Relaciones comunitarias y el equipo de comunicación y respondía a las necesidades y al comportamiento de la

¹⁸ Sobre el rol de las ONG puede consultarse el Capítulo II en los puntos referidos a la expansión del conflicto

¹⁹ Agencia de Publicidad con sede en Lima, bajo la dirección de Gustavo Rodríguez

población frente a las estrategias que se planteaban. Nunca recibieron información de Lima, todos los materiales fueron producidos íntegramente en Piura.

b) Objetivos

El principal objetivo de la oficina fue reforzar la confianza e identificación en la población frente al proyecto de tal forma que sean los mismos pobladores quienes, a largo plazo, entiendan y defiendan la permanencia de la empresa en la zona. Para lograr la identificación de la población con el proyecto se elabora un primer plan de comunicación que es diseñado en conjunto por los integrantes de la oficina de comunicaciones y relaciones comunitarias. “[El plan de comunicación] Consistía en cambiar la percepción que se tenía de la actividad minera. No era una cuestión optativa entre minería y agricultura, la gente debía entender que podían convivir ambas. En el plan tocamos temas de contaminación ambiental, como los páramos; y responsabilidad social, es decir, como iba a gestionar la empresa su protección.” (R. Condeso, entrevista personal, 24 de mayo del 2013)

En este plan de comunicación que comienza a elaborarse y modificarse cada dos meses se crean nuevas estrategias de comunicación tales como oficinas informativas que eran centros de información didáctica creados por la empresa y supervisadas por la Oficina de Comunicación y Relaciones Comunitarias de la empresa, pasantías, talleres etc. De tal forma que los mensajes que se elaboraban no solo llegaran al ámbito local sino también al ámbito regional. Se diferencian dos tipos de mensajes, los elaborados para las comunidades, los que seguían siendo sencillos y claros, y los preparados para el ámbito de la ciudad de Piura que eran mucho más detallado.

c) Ámbitos de acción

El ámbito de acción de la oficina se extendió a la ciudad de Piura y también a la zona que comprendía el corredor del mineroducto es decir desde Huancabamba hasta Sechura.

d) Integrantes

Contó con un equipo de información y uno de Relaciones comunitarias. El equipo de información trabajaba principalmente en la ciudad de Piura y se encargaba de

editar el material trabajado por equipo de relaciones comunitarias en la zona de influencia.

Equipo Relaciones Comunitarias

5 Comunicadores:

3 Trabajadores sociales:

1 Ingeniero Minero

1 Ingeniero Ambientalista

Equipo de Información

Especialistas en edición de radio y televisión

e) Funciones

Es importante aclarar que a partir enero del 2005 en que se crea la Oficina, como se mencionó anteriormente se empezaron a trabajar los lineamientos de comunicación que regirían la labor. Dentro de estos lineamientos se crearon dos unidades de trabajo bien diferenciadas, que aunque eran ejecutadas por el mismo equipo de comunicadores, abarcaban diferentes aspectos:

- Unidad de Información, encargada de la labor en los medios de comunicación. La unidad de información utilizaba los medios tradicionales (radio, televisión, prensa escrita) y los medios no tradicionales (talleres, oficinas informativas, pasantías a empresas mineras, etc). La unidad de información trabajaba principalmente en Piura, para elaborar los mensajes debido a que en esta ciudad se contaban con los equipos necesarios
- Unidad de Relaciones Comunitarias, encargada de la relación directa con las comunidades a través de la implementación de proyectos sociales tales como capacitación a tejedoras, viveros, cocinas y baños mejorados, etc. Esta unidad trabajaba principalmente en Huancabamba, en sus dos zonas²⁰, Ayabaca en la comunidad de Yanta y en el corredor del mineroducto

²⁰La provincia de Huancabamba está dividida en dos zonas, el Sector Sierra que abraza la cordillera en el lado de Huancabamba y el Sector Montaña, subiendo la cordillera y llegando a una zona de ceja de selva

Es así que las funciones dentro de la oficina de acuerdo a esta división se organizaban de la siguiente forma:

Unidad de Información

- Implementar sistemas de comunicación estratégica de relacionamiento con el público a partir de acciones de comunicación que permitan llegar a ellos de forma oportuna.
- Relaciones con prensa local y regional, monitoreo de prensa, elaboración de notas y comunicados de prensa.
- Elaboración y desarrollo de pasantías para comunicadores sociales de la región a otras empresas mineras que operaban en el Perú.

Unidad de Proyectos

- Mantener el acercamiento y las buenas relaciones con líderes y autoridades de la zona de influencia. Así mismo, mantener la comunicación, el diálogo, la consulta permanente y la participación de las comunidades, del Estado, la sociedad civil, instituciones públicas y privadas y otras partes interesadas.
- Colaborar en la elaboración de proyectos de desarrollo como viveros, cocinas mejoradas, etc. En forma conjunta con el equipo técnico de la empresa
- Capacitaciones sobre temas de Responsabilidad Social Empresarial, el medio ambiente, y el desarrollo sostenible del país.
- Asegurar el cumplimiento de los Derechos Humanos, la conservación del ambiente, la seguridad ocupacional y el respeto a las costumbres, valores y tradiciones de las poblaciones vecinas a través de los proyectos implementados

f) Recursos Económicos:

Al igual que en caso del primer equipo de relaciones comunitarias el presupuesto con que contaba la oficina no era fijo sino que se adaptaba a las actividades que se programaban cada dos meses y que en el transcurso de ese periodo era modificado de acuerdo a las necesidades logísticas de la oficina, las actividades que requerían mayor presupuesto eran las pasantías

g) Producción

Unidad de Información: Como se mencionó anteriormente, la unidad de información trabajaba tanto a través de canales de comunicación tradicional y no tradicional. Por canales tradicionales se va a entender a aquellos que utilizan los medios de comunicación masivos (Televisión, radio, prensa escrita) y por canales no tradicionales a aquellos que utilizan medios alternativos como talleres, pasantías, oficinas informativas, etc

- ***Boletín “El Chilalo Informa”***

El boletín “El Chilalo Informa” nace con el fin de explicar a la comunidad los beneficios del proyecto, pero a diferencia de la revista, el boletín era mucho más didáctico y contaba con mayor cantidad de ilustraciones (**Ver anexo 7**). Los temas que priorizaban eran: Minería, agricultura, ganadería, salud y educación. La portada del boletín contenía los temas referentes al proyecto tales como el estudio de impacto ambiental. En el interior contenía información sobre la agricultura y su tecnificación, salud y talleres productivos. Así mismo en la contraportada se hacía un recuento de las principales actividades ejecutadas por la empresa como reuniones de confraternidad, mejoramiento agrícola, etc.

Estaba compuesta de 4 páginas en papel Dina A3, formato A3 a colores y era de publicación mensual

- ***Folletos***

Elaborados por la empresa para determinadas ocasiones tales como los talleres informativos y hacía alusión al proyecto y su contribución en temas específicos como salud y educación, seguían el formato A4 y A5

- ***Página Web***

La empresa Majaz contaba con un sitio web en el cual desarrolla los principales aspectos relativos a su propuesta minera la descripción de sus actividades políticas y filosofía. Aquí encontramos aspectos de ubicación geología, estudio de factibilidad, beneficios entre otros. Estaba dirigida principalmente a las autoridades e instituciones que quisieran conocer el proyecto.

- ***Micro programas de Televisión:***

Tenían como fin informar sobre los proyectos que realizaba la empresa Majaz S.A en las comunidades cercanas a su zona de influencia, como por ejemplo el de las cocinas mejoradas, en el que aparece una madre de la comunidad de Cataluco, cercana al proyecto, mostrando la utilidad de estas cocinas realizadas por la empresa (Ver anexo 13)

- ***Revista “Juntos”***

En esta etapa de la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias, la revista “Juntos” sufre un rediseño, específicamente en cuanto a formas, más no en cuanto a contenido. Contaba con 16 paginas, era a papel cuche tamaño A4, en formato revista a full color. Los artículos eran más extensos (**Ver anexo 8**)

- ***Pasantías Informativas***

Consistían en reunir a un grupo de miembros de las comunidades o la prensa local y llevarlos a alguna empresa minera con el fin de que conocieran los beneficios de la actividad y su repercusión en las comunidades cercanas. La pasantía no solo implicaba conocer el proceso de exploración y explotación del mineral sino conocer cómo era la realidad de las comunidades y también los principales circuitos turísticos de la zona. La empresa minera más visitada fue Yanacocha en Cajamarca, que a pesar de tratarse de una empresa que explotaba oro y su proceso era distinta tenían un buen plan de relacionamiento comunitario, contrario a lo que se decía sobre la situación de Cajamarca y la minería. Del 2005 al 2008 se realizaron 40 pasantías

Existían dos tipos de pasantías:

Pasantías para la prensa local: Se buscaba erradicar en los miembros de la prensa la imagen negativa que tenían sobre la actividad minera: “El trabajo iba por la línea de informar sobre la nueva minería. La desinformación no solo estaba en la población sino también en los medios de comunicación, se tenía la imagen de Cerro de Pasco, Huancayo y en Piura lo más reciente era el caso Manhattan. Se organizaban talleres con hombres de prensa y se los llevaba a conocer la empresa minera más cercana a Piura que era Yanacocha, la escogimos a pesar de que era una minera de oro y nosotros de cobre, incluso era diferente en el proceso de producción, pero se seleccionó porque aunque se tenía una imagen negativa de la empresa esta imagen se despejaba en las visitas. Tiene una realidad diferente, siempre se dijo que había pasto muerto pero en el recorrido ves animales pastando en zonas que han sufrido tajo abierto y estaban recuperadas. Además estaba cerca de una cooperativa agropecuaria, Porcón. Entonces esta información ayuda a romper el mito de la minería negativa”. (C. Cueva, entrevista personal, 9 de abril 2013)

Pasantías para comunidades: En estas pasantías además del recorrido a la zona minera se realizaban talleres de liderazgo y de formación empresarial. También las capacitaciones incluían temas de protección ambiental, ciudadanía, etc. Para la selección de los comuneros se tomaba en cuenta a los líderes de opinión o dirigentes comunales, presidentas de vaso de leche, rondas campesinas, etc.

- ***Oficinas Informativas***

Las oficinas informativas fueron creadas para acercar la información de la empresa a la población en general y a las comunidades y para brindar información con respecto al cambio de razón social entre Majaz y Rio Blanco Copper. En estas oficinas se explicaban a través de maquetas, videos, y audios las principales características del proyecto tales como ubicación, procesos de exploración y explotación, utilización del cobre en la vida cotidiana, etc.

Se crearon 3 oficinas informativas, en el Departamento de Piura, la primera ubicada en la ciudad de Piura en Jr. Tacna 630. La inauguración se realizó el 15 de setiembre de 2007 y según los registros de la empresa al 17 de octubre del mismo año ya tenía con 10 000 visitas. En las oficinas informativas se exhibían maquetas que explicaban el proyecto en su zona de influencia, así mismo contaban con video sobre la protección del medio ambiente y se hacía una muestra de los productos elaborados por las comunidades en los talleres organizados por la empresa. También había oficinas informativas en Ayabaca y San Juan de Bigote.

Unidad de Proyectos: Proyectos que tuvieron a cargo los comunicadores tales como:

- ***Viveros Instalados en Carmen de la Frontera:***

Con este proyecto se buscaba concientizar a la población de Carmen de la Frontera y Rosarios Bajo sobre el cuidado de los bosques promoviendo la reforestación de la zona, evitando de esta manera la tala indiscriminada de árboles. Este proyecto era difundido en la charlas informativas y la revista Juntos (**Ver anexo 9**)

- ***Programa de producción y comercialización cafetalera***

Este proyecto se realizó tomando en cuenta la alta demanda del café de la sierra alto piurana. Con este proyecto se buscaba mostrar a las comunidades que era posible la

convivencia armoniosa de la minera con otro tipo de actividades productivas como la siembra de café pero a gran escala

- ***Proyecto de trochas carrozables***

Consistía en el mejoramiento de las vías de acceso a los caseríos (Carreteras) Se realizaba con el trabajo de los mismos comuneros y sus familias. Al igual que los otros proyectos, este fue difundido básicamente en la revista Juntos y en algunos medios de circulación nacional. Sin embargo su difusión era obstaculizada por las noticias sobre el conflicto. (Ver anexo 10)

- ***Capacitación a tejedoras***

Se trabajó con tejedoras de la zona de Rosario Bajos y Carmen de la frontera. La difusión principal de este proyecto se canalizaba a través de la participación en ferias artesanales a nivel nacional y la exposición de los tejidos en la oficina informativa de Rio Blanco

- ***Cocinas mejoradas***

Se trabajaban a partir de las cocinas a leña tradicionales, pero se construía una estructura de cemento y una pequeña chimenea, esto evitaba la contaminación en el hogar por el humo.

h) Dificultades

Entre las dificultades de la Oficina de Comunicación que fueron referidas por los integrantes de la misma se encuentran:

- 1) Falta de Directrices, era necesario que se contara con lineamientos y directrices dictados por la gerencia general de la empresa para regular el trabajo de los comunicadores y su relación con las comunidades. Como afirma Roberto Condezo “No desplegaban un buen plan de comunicaciones y no tenían un mensaje claro de la actividad minera respecto a si puede o no puede ser generador de desarrollo” (R. Condezo, entrevista personal, 24 de mayo del 2013)

2) Personal poco especializado en comunicación para el desarrollo: A pesar de que el personal que trabajaba en la empresa contaba con la titulación y experiencia en la carrera, en el caso de los comunicadores todos contaban con experiencia en prensa y conocían el trabajo en las comunidades que eran afectadas por una empresa minera. Como señala Roberto Condezo: “Creo que eran buenos comunicadores, buenos profesionales, pero especializados en el sector minero no había ninguno. Sabían redactar una nota de prensa, generar información, hacer una historia, hasta incluso cómo desarrollar un boletín y lo hacían como para un diario, pero propiamente el tema minero no lo conocían ni tampoco el trabajo de proyectos. Había muy pocas personas que podrían conocer cómo comunicar el tema minero.” (R. Condezo, entrevista personal, 24 de mayo del 2013)

3) No había contacto con la oficina de Lima: Como se ha explicado anteriormente, todos los materiales fueron producidos en Piura y no había ningún contacto con las oficinas de Lima. Lima contaba con una Oficina de Comunicaciones propia que pudiera encargarse de la difusión del proyecto a nivel nacional.

3. Políticas de comunicación aplicadas por la empresa Río Blanco Copper S.A

Con respecto a las Políticas de Comunicación aplicadas por la empresa Río Blanco es necesario aclarar que la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias de esta empresa pasa por dos etapas en su historia.

- *La primera etapa* que comprende desde finales del año 2007 en que la empresa Majaz cambia de razón social y pasa a denominarse Río Blanco Copper S.A hasta el año 2010 en que se realiza el último taller en la zona debido a la ruptura de relaciones entre las comunidades y la empresa y el cese de las labores de exploración. En esta etapa se crea y entra en vigencia el Plan de Comunicaciones (**Ver Anexo 11**) de la empresa Río Blanco cuya ejecución es interrumpida por los actos de violencia originados en la zona²¹

²¹ Ver cronología del conflicto Capítulo II

- *La Segunda Etapa* Comprende desde el año 2010 en que cesan las labores de exploración en la zona hasta el año 2013. Cabe resaltar que en esta etapa aunque la oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias se encuentra en funcionamiento, aunque ya no realiza actividades en las comunidades directamente afectadas por el proyecto (Segunda y Cajas y Yanta) si lo hace en algunas comunidades aledañas al proyecto con reuniones, además de realizar publicaciones principalmente en medios escrito especialmente en medios especializados (Revistas económicas regionales)

A continuación se procederá a explicar la creación, objetivos, integrantes, funciones, recursos económicos, producción y dificultades de la Oficina de Comunicación y Relaciones Comunitarias de Río Blanco:

Oficina de Comunicación y Relaciones Comunitarias en Río Blanco Cooper S.A

a) Creación

La oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias, se crea como se mencionó anteriormente, a partir del cambio de Razón social de la empresa Majaz S.A a finales del año 2007. Esta oficina, continúa con los mismos lineamientos planteados por Majaz, pero con una situación diferente, debido a que el conflicto se había agravado. En cuanto al personal, se realiza un cambio total y la oficina pasa a estar dirigida por la Licenciada en Comunicación Doris Carhuapoma, quien al momento de asumir el cargo contaba con experiencia en la empresa Majaz.

En el año 2009 se realizaron algunos talleres informativos, especialmente en lo referido al EIA para una nueva etapa de exploración planteada para el año 2010 que no se llevó a cabo, el último taller en la comunidad se realizó el día 28 de octubre del 2009, luego de este taller la empresa no ha brindado información relacionada con el proyecto en la zona de influencia (Segunda y Cajas). “Lamentablemente hemos tenido que paralizar todas las actividades, solo mantenemos coordinaciones y relaciones que entablamos en la zona en

el 2009.” (E. Galvez, entrevista personal, 18 de junio del 2013) Posteriormente el área de relaciones comunitarias pasó a estar a cargo del Ingeniero Edwin Gálvez²²

b) Objetivos y lineamientos

Esta oficina de comunicación, según detalla el Plan de Comunicaciones de la empresa (Ver anexo 11) tenía en su primera etapa como principal objetivo: “Recuperar la confianza e imagen de la empresa dentro de la comunidad Segunda y Cajas y otras zonas de influencia de la provincia de Huancabamba como las comunidades de Quispamapa, Huaricanchi y Santa Cruz Huamán con sus actores sociales de interés” (Rio Blanco Copper S. A, 2009)

Así mismo, como menciona el Gerente de Relaciones Comunitarias de Río Blanco Copper, Edwin Galvez la empresa tiene entre sus objetivos enfrentar los pasivos sociales dejados por Majaz “A nosotros nos interesa solucionar algunos pendientes que Majaz S.A ha dejado en la zona para que los comuneros tengan confianza en la empresa. En Río Blanco tenemos una área de comunicación que mantiene a la empresa porque aún no hay una orden de reinicio de actividades por el tema de seguridad”. (E. Galvez, entrevista personal, 16 de enero del 2013)

Lineamientos

La Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias en su primera etapa (Finales del 2007 al 2010) por primera vez plantea en su Plan de Comunicación tres políticas de comunicación que serían aplicadas en el periodo antes mencionado. Es así que la empresa entiende por políticas de comunicación: “Es como la empresa debería actuar y cual es su comportamiento que se debe tomar en temas de comunicación”. (E, Gálvez, entrevista personal, 18 de junio 2013)

Las políticas planteadas son:

1. Política de Transparencia: A través de esta política la empresa busca recuperar la confianza de las comunidades y cambiar su imagen a nivel regional y nacional en un empresa socialmente responsable. Para lo cual plantea que todas sus actividades se rijan según esta política
2. Política de Fomento de Desarrollo: Esta política está orientada principalmente al ámbito interno de la empresa, pues busca concientizar a los trabajadores de la

²² Ingeniero Químico por la Universidad San Luis Gonzaga de Ica. Ha laborado en la empresa Majaz S.A y desde julio del 2010 se desempeña como Jefe de Relaciones Comunitarias en la empresa Rio Blanco Copper S.A

misma en temas sociales, sobre todo a los que tienen mayor contacto con las comunidades.

3. Política de Diálogo y Consulta: Esta política busca tener mayor contacto con las comunidades y conocer sus percepciones y opiniones con respecto a diversos temas como medio ambiente o el trabajo que realiza la empresa

c) Ámbito de acción

En la primera etapa de la oficina el ámbito de acción sigue siendo el mismo que el de Majaz, es decir Huancabamba, Ayabaca y el corredor del mineroducto hasta Sechura y la ciudad de Piura. Sin embargo, en la segunda etapa el ámbito de acción se ve limitado a la ciudad de Piura y algunas comunidades aledañas en Huancabamba en las que solo se realizan reuniones de contacto.

d) Integrantes

La empresa Río Blanco cuenta con un organigrama en donde se diferencian las dependencias de cada oficina, lo que no ocurría con la empresa Majaz S.A. En la cabeza del organigrama se puede observar al Directorio y a la Gerencia General del cual depende la Oficina Legal y la asistencia de gerencia. Así mismo, de la Gerencia General también dependen la Gerencia de Relaciones Sociales y Proyectos y la Gerencia de Administración y Finanzas.

Es importante destacar que de la Gerencia de Relaciones Sociales y Proyectos es de donde se desprende directamente la Oficina de Comunicaciones principal de la Empresa ubicándola casi en el cuarto nivel del organigrama, esta oficina como se ha mencionado anteriormente se encarga de la comunicación general de la empresa en Lima pero no tiene mayor injerencia en las labores realizadas por la Oficina de Piura (Denominada a lo largo de esta tesis como Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias de Río Blanco Copper, debido a que se así como se le conoce en la empresa).

De la Gerencia de Relaciones Sociales y Proyectos, se ubica la Subgerencia de Relaciones Comunitarias de la cual depende la Oficina Piura que elabora sus propios materiales, así como en la primera etapa dependían las oficinas de Bigote, Huancabamba, El Carmen y Ayabaca que actualmente no se encuentran en funcionamiento. **(Ver cuadro 2)**

La Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias (Oficina Piura) Está a cargo del Ingeniero Edwin Gálvez, Sub Gerente de Relaciones Comunitarias hasta el año 2012 en que pasó a ser Gerente debido a reestructuraciones internas en la empresa y del Encargado de Comunicaciones el Comunicador Social, Nestor Quiñones



Cuadro 2: Organigrama de Río Blanco

e) Funciones

En la primera etapa de la Oficina, como se mencionó anteriormente, al igual que en Majaz las funciones de los comunicadores se mantuvieron. En la segunda etapa se destacan las funciones del Subgerente de Relaciones Comunitarias, Edwin Gálvez:

- Función del Sub gerente de Relaciones Comunitarias
 - Supervisar el cumplimiento de los planes de comunicación
 - Supervisar el material elaborado por la oficina para su distribución
 - Fomentar la relación entre la empresa y las comunidades

f) Recursos Económicos

Río Blanco actualmente cuenta con un presupuesto limitado en el área de comunicación, el que se busca se aumentado en su plan de reestructuración. Este presupuesto está destinado principalmente para publicaciones en revistas especializadas y algunos medios de prensa. Así como para costear viajes del personal

“El [presupuesto] de Majaz era 5 veces más que el de Río Blanco. Nosotros tenemos un presupuesto establecido. Se está reformulando el plan de comunicaciones y el de relaciones comunitarias entonces que el área comunicaciones tendrá un presupuesto mensual. En el 2009 en el área de comunicaciones habremos tenido un presupuesto de 12 mil o 13 mil soles mensuales que no es mucho. El presupuesto estaba destinado a publicar en revistas como la del Colegio de Ingenieros que se tenía año a año. Otro tema de inversión han sido los afiches.” (E. Gálvez, entrevista personal, 18 de junio del 2013)

g) Producción

Como se ha mencionado anteriormente en cuanto a producción se pueden diferenciar dos etapas que corresponden a las dos etapas por las que ha pasado la oficina en su historia. En la primera etapa que va desde finales del 2007 en que se realiza el cambio de razón social hasta el 2010, en que se lleva a cabo el último taller informativo, la producción sigue el mismo patrón que el iniciado por Majaz como lo detalla el Plan de

Comunicación de la empresa (Ver anexo 11). La segunda etapa comprende desde el 2010 en que se retira la presencia de la empresa en la zona de influencia hasta la actualidad. En este periodo, la empresa no ha continuado con la difusión de sus revistas institucionales, ni con los talleres informativos y pasantías, solo realiza actividades pequeñas en algunos caseríos aledaños a la zona de Huancabamba

Primera Etapa (2007-2010)

- Revista “El Chilalo Informa”:
- Folletos
- Pasantías Informativas
- Oficinas Informativas

Segunda Etapa:

Como se mencionó anteriormente, en este periodo el trabajo es mínimo, solo se publican de vez en cuando artículos en algunas revistas de difusión regional, lo que busca la empresa es minimizar los conflictos en la zona y por eso evitan acercamientos directos con las comunidades: “Nuestra nueva política de responsabilidad social es Cero conflictos, La segunda política es no hacer trabajo minero alguno hasta no tener los problemas solucionados con las comunidades” (E. Gálvez, entrevista personal, 18 de junio del 2013)

h) Dificultades

Entre las principales dificultades que enfrenta la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias de Río Blanco se encuentra:

- 1) La oficina no recibe material ni apoyo de la oficina de comunicaciones de Lima, de tal forma que se debe elaborar los materiales a publicar en Piura.
- 2) La Oficina Piura, como se mencionó anteriormente, se encuentra en el séptimo nivel del organigrama desvinculándose de la Gerencia General y generando dificultades al momento de crear estrategias de reinserción

- 3) No cuenta con un plan de reinserción en la zona, tampoco con diferenciación de funciones ni con un plan de crisis.

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO Y EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA RIO BLANCO COPPER S.A

Para realizar el diagnóstico y evaluación de las políticas de comunicación aplicadas por la minera Río Blanco Copper S.A se tomará como modelo La Guía metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER aplicados por la Unión Europea del año 2007 al 2013(Unión Europea, 2013) , debido a que es un modelo de evaluación de planes de comunicación para organizaciones internacionales reconocido mundialmente y se considera efectivo para evaluar los planes de una minera transnacional.

En esta Guía comprende entre sus aspectos de análisis: Objetivos de la evaluación, Procedimientos de análisis, Objeto de estudio (planes y estrategias de comunicación), Análisis documental y Herramientas de Evaluación (Indicadores). Así mismo, se incluye un análisis FODA de los planes aplicados a modo de resumen.

Es importante aclarar también que debido a que la empresa Río Blanco Copper está vinculada a su antecedente más próximo Majaz S.A resulta imposible analizar solo los planes aplicados la empresa Río Blanco por lo que el objeto de Diagnóstico y Evaluación serán las estrategias aplicadas por Majaz y los planes y estrategias aplicados por Río Blanco

1. Objetivos del análisis

El diagnóstico y evaluación se realizará en base a los planes y acciones aplicadas por la empresa minera Majaz S.A y Río Blanco Copper S.A desde el año 2004 en que se

crea el primer equipo de comunicación hasta el año 2013. Teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- Trabajo de inserción previa de la empresa a la aplicación de los planes y políticas de comunicación basado en la cultura y costumbres de la población.
- Diseño de los objetivos y metas trazadas en las políticas de comunicación a corto y largo plazo.
- Los alcances de las políticas de comunicación a los grupos objetivos (Actores directos, actores indirectos y público en general) (**Ver anexo 12**).
- Efectos deseados y resultados de los planes aplicados

1. Procedimiento de análisis

El análisis se realizará teniendo en cuenta los planes y acciones aplicadas por Minera Majaz y por Minera Rio Blanco. Para lo cual se han diseñado, de lo expuesto como modelo ideal de inserción a lo largo de la presente tesis¹:

- Indicadores de medición basados en la oportuna aplicación de los planes, los efectos y resultados obtenidos
- Cuantificadores de los indicadores de medición
- Propuestas para la correcta aplicación de dichos planes

2. Objeto de análisis

El análisis se basa en el estudio de las estrategias aplicadas tanto por el Equipo de Comunicación como por la Oficina de Comunicación y Relaciones Comunitarias de la empresa Majaz S.A y el plan de Comunicación de la empresa Rio Blanco Copper S.A, vigente desde el año 2010 hasta el año 2012. Por ello el análisis tendrá como

¹ Ver Capítulo I, apartado 3 página 31 de la presente tesis, sobre Procesos de Inserción de una Empresa Minera en Territorio Extranjero

fin evaluar el grado de planificación, ejecución y resultados logrados por los planes aplicados por la empresa.

3. Análisis documental

En este análisis documental se tomará en cuenta, como lo estipula la Guía Metodológica de la Unión Europea (Unión Europea, 2013,p. 16), las entrevistas a los encargados de los planes de comunicación de Majaz y de Río Blanco y a los receptores de dichos planes es decir, el alcalde de Huancabamba, representantes de comunidades, y periodistas.

Así mismo, en este apartado se incluirá el análisis a los planes de comunicación aplicados. Sin embargo, al no existir en Majaz documentos impresos de la época en que esta empresa operó se analizarán las declaraciones de los encargados de la Oficina de Comunicación durante los años 2004 al 2007 en que se procede al cambio de razón social.

A) Entrevistas a los encargados de los Planes de Comunicación

Como se mencionó anteriormente, en este punto se procederá a analizar las entrevistas a los responsables de los planes de comunicación ejecutadas por la empresa Majaz S.A y por la empresa Río Blanco Copper S.A, destacando los puntos más importantes de sus percepciones

En el caso de Majaz se analizarán las entrevistas realizadas a Roberto Condezo, Jefe del Equipo de Comunicación y de la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias de Majaz, Doris Carhuapoma, integrante del equipo y supervisora de la Oficina y Carlos Cueva Andaluz, integrante de la Oficina.

En el caso de Río Blanco se analizarán las entrevistas realizadas a Boris Pintado, Ex Jefe de la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias de Río Blanco; Edwin Gálvez, Actual Gerente de Relaciones Comunitarias y Proyectos y a Nestor Quiñones, Jefe de Comunicaciones

Majaz S.A

- Equipo de Comunicación

- La empresa no contaba con una oficina de comunicación y tampoco con un plan de inserción en la provincia de Huancabamba basado en las políticas internas de la empresa.
 - La empresa no contaba con un plan de crisis.
 - La empresa no realizó un mapeo de actores involucrados en la zona.
 - La empresa no había realizado un estudio de usos y costumbres de la zona previos a la inserción.
 - Dos años después del ingreso de la empresa (2002) a la zona afectada se realiza el primer reconocimiento en las comunidades con fines de relacionamiento social.
 - La empresa tenía una imagen negativa en las comunidades debido al antecedente del caso Manhattan en Tambogrande y a los errores en la obtención de licencias sociales que fueron elaborados, según lo afirma Roberto Condezo, con documentos caseros sin mayor validez
 - Existían grupos radicalmente en contra de la empresa encabezados por dirigentes comunales de la zona y apoyados algunas ONGs
 - La gerencia de la empresa no tenía conocimiento de la situación negativa en las comunidades. La empresa toma conciencia del conflicto a partir de la primera inserción violenta al campamento después del 22 de abril del 2004 donde la situación se agrava a raíz de la muerte de un comunero en la zona.²
- Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias de Majaz S.A
- La empresa no diferencia los conceptos de Comunicación y Relaciones Comunitarias, así mismo no cuenta con un manual de funciones y ni con funciones diferenciadas. Eran los mismos comunicadores los encargados de realizar las labores de prensa y relaciones comunitarias. La Oficina elabora sus

² Ver cronología del conflicto

propios materiales sin asesoramiento de la gerencia, es decir no existe una visión de conjunto en la empresa.

- La oficina no cuenta con un plan de comunicación ni con un plan de presupuesto para las actividades y en esta oficina donde recién se procede a elaborar un mapeo de actores y un levantamiento de información sobre los usos y costumbres de la zona como se ha mencionado en los lineamientos que deben seguir las empresas al insertarse en territorio peruano³
- La empresa no cuenta con una política de voceros, debido a que es el gerente general o el jefe de la oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias quien hace el trato directo con la comunidad. Esto generó que muchos funcionarios de la empresa dieran ideas erróneas a las comunidades sobre la ejecución de proyectos de gran envergadura y las comunidades lo consideraran una mentira.
- Los integrantes de la oficina no tenían experiencia en labores de Relaciones Comunitarias y el jefe de la Oficina (Roberto Condezo) era graduado en Ingeniería estadística, y tampoco tenía conocimiento sobre comunicación para el desarrollo

Rio Blanco Copper S.A

- Oficina de Comunicación y Relaciones Comunitarias
 - No hubo un plan para comunicar oportunamente el cambio de razón social de la empresa
 - En el organigrama general de la empresa, la oficina de comunicaciones se encuentra en el séptimo nivel cuando debería ubicarse cerca de la Gerencia General.
 - No cuenta con objetivos de comunicación específicos.

³ Ver inserción de una empresa transnacional en territorio peruano en el capítulo I de la presente tesis; Plan de inserción interno basado en las políticas corporativas y de comunicación de la empresa con atención a la Importancia de la cultura y modos de vida

- Asumieron los pasivos sociales de Majaz y no pusieron en práctica un plan de crisis.
 - No contaron con una política de vocería y atención a los medios de comunicación. La atención solo se realizaba a través de comunicados.
 - En la primera etapa de la Oficina⁴, no cuentan con un Plan de Medios, es decir una programación que indique en que medios, a que público objetivo y cuál sería el presupuesto destinado para cada anuncio, ya sea en prensa escrita, radio o televisión si fuera el caso. Actualmente, solo continúan con las suscripciones en revistas especializadas
- Entrevistas a los receptores de los planes de comunicación

Para este análisis se contará con las entrevistas realizadas al alcalde de Huancabamba Wilson Ibañez Ibañez, a los dirigentes comunales y a la Directora de Radio Cutivalú, Belia Concha.

Entre las principales percepciones de los planes y políticas de comunicación de la empresa se concluye:

- Se percibe que la empresa no conocía las costumbres de las comunidades antes de entrar a la zona de influencia e incluso iba con sus propias leyes internas.
- Las comunidades tenían poca información sobre la empresa y sobre sus intenciones, se confunde la idea de que la empresa iba a explotar el mineral cuando solo se realizaban labores de cateo.
- Se tiene poco conocimiento de los programas ejecutados por la empresa y se confunden con otros programas sociales como sucedió con el programa ejecutado por el gobierno “Juntos” y la revista de la empresa del mismo nombre.

⁴ Ver capítulo II, Oficina de Comunicación y Relaciones Comunitarias de Río Blanco Copper

- Es a partir del inicio del conflicto con la empresa en el año 2004 y gracias a la intervención de algunas ONG que la población toma conciencia ambiental y manifiestan que la empresa contaminaría sus ecosistemas. Se considera, además que la empresa pudo aprovechar esta situación para explicar de forma clara y ordenada sus intenciones sin encontrar resistencia en la población.

 - Los pobladores perciben que la empresa no llegó a todos los integrantes de las comunidades sobre todo a los que estaba en contra de la empresa.

 - Los periodistas sienten que la empresa brindó poca información oportuna sobre el proyecto y que prevaleció el silencio.

 - Integrantes de las comunidades perciben a la empresa como negligente, debido a que la acusan de estar implicada en las muertes de los comuneros durante los enfrentamiento y opinan que no realizó ningún esfuerzo por acercarse a las víctimas y sus familias
- Análisis del Plan de Comunicación aplicado por Río Blanco Copper del 2007 al 2010

Como se mencionó a lo largo de esta tesis el análisis documental también comprende el Plan de Comunicación aplicado por la empresa Río Blanco en su primera etapa (2007-2010)⁵, en el caso de la segunda etapa (2010-2013) no entrará en evaluación debido a que la empresa se encuentra en reestructuración (Ver anexo 11)

Plan de Comunicación Río Blanco Copper S.A

1. Diseño de Objetivos

- Objetivo General

Como se mencionó anteriormente el diseño de objetivos debe ser cuantificable es decir determinar objetivos a corto y largo plazo y el tiempo para alcanzarlos.

⁵ Ver Oficina de Comunicación y Relaciones Comunitarias de Río Blanco Copper. Capítulo II página 159

- **Objetivos Específicos**

Los objetivos específicos se deben dividir en objetivos a corto plazo y a largo plazo. Si se propone lograr la confianza de las comunidades se debe especificar a través de qué mecanismos se busca lograr este objetivo, al igual que si se busca obtener un clima de diálogo con la población se debe fomentar las reuniones abiertas con los actores involucrados

2. *Análisis de Políticas*

Como se mencionó a lo largo de esta tesis las políticas de comunicación deben tener coherencia entre sí y con el resto del plan. La empresa prioriza las *política de transparencia*, es decir informará a la población de todas las actividades de la empresa de tal forma que se tenga una idea de empresa minera responsable y social. Así mismo la *política de fomento del desarrollo* implica relación entre la política interna y externa de la empresa, para lo cual es necesario determinar en qué consistiría y cuáles serían los lineamientos de las capacitaciones al personal para lograr su identificación social. Finalmente en la *política de consulta* se prioriza el diálogo sin embargo en las actividades planteadas en este mismo plan no se refleja esta política, por el contrario prima la información sobre la consulta

3. *Determinación del Público Objetivo*

En este plan se realiza una descripción básica de público objetivo a quienes se les determina como aliados estratégicos. Sin embargo no se diferencia entre los actores primarios y sus características (Comunidades) y los actores secundarios tales como los gobiernos regionales y locales, ONG e Iglesia

Es necesario que esta determinación del público objetivo se especifique edades, nivel socio económico, características demográficas, usos y costumbres, estilo de vida. Así mismo, determinar las características del medio y su influencia en el comportamiento de la población. En el caso de las autoridades es necesario determinar su grado de influencia en el conflicto, cargos específicos, nivel de influencia en el ámbito local y nacional.

4. *Mensaje*

Es necesario que todo plan determine el mensaje que desea transmitir la empresa. En caso de Rio Blanco se pudo transmitir un mensaje de responsabilidad ambiental o social. Sin embargo en el plan no se determina cual es el mensaje a transmitir en toda la estrategia

5. *Estrategia:*

- Tiempo de Duración: Aunque es necesario que se determine el tiempo de aplicación del plan de comunicación también es necesario que se determine el tiempo de duración de cada estrategia.
- Actividades:

Es necesario que se explique, como se mencionó anteriormente, qué se entiende y qué características tendrán los aliados estratégicos consignando nombres y cargos además de especificar su importancia en las reuniones que se sostendrán y qué criterios específicos se consideran como avances en la reunión.

- *Talleres y exposiciones:* como se ha mencionado, es necesario que se diseñe una estrategia participativa más que expositiva con el fin de involucrar a las comunidades en el desarrollo de las estrategias. Es decir se debe revisar si es correcto solo el uso de power point y folletos. Es importante acotar que registrar las reuniones en video y fotografías es una manera correcta de llevar cuenta de los acuerdos realizados y las opiniones vertidas en las mismas
- *Campañas informativas:* Es importante destacar, que se mantienen en este plan de comunicación las actividades desarrolladas por la empresa Majaz S.A, como los talleres informativos, micro programas radiales y declaraciones de líderes de opinión, aun cuando en este periodo se comprobó que muchas de estas estrategias eran consideradas por la población como aisladas. Se adiciona a esta estrategia las visitas casa por casa. Es importante destacar además que este tipo de visitas eran realizadas por miembros de las comunidades seleccionados por la empresa, sin embargo, el clima de desconfianza que se percibía en las comunidades después de la toma del campamento en el 2004 y la segunda irrupción violenta en el 2009, ocasionaría que no se consiguiera la apertura y sinceridad con respecto a la posición a favor o en contra de las personas visitadas.

Además, se menciona en este plan que los promotores entrarán a las comunidades “*de manera solapa*” es decir sin identificarse como miembros de la empresa lo que contrasta con su política de transparencia que busca recuperar la confianza de los actores sociales y proyectar una imagen de

empresa responsable. Es necesario que las comunidades conozcan a la empresa de cerca y que se sientan identificados con sus miembros.

Con respecto a la elección de los promotores, en el plan se menciona que estos serán seleccionados de las mismas comunidades teniendo en cuenta su relevancia en las mismas, por tal motivo es importante acotar como se mencionó en el análisis de entrevistas que muchos de los líderes de opinión de las comunidades, es decir personas con estudios superiores, encabezaban los grupos que se encontraban radicalmente en contra de la empresa y no fueron tomados en cuenta por la minera Majaz S.A en sus actividades de comunicación como talleres y pasantía.

Así mismo, en los indicadores de medición es importante señalar qué se considera como acercamiento positivo, es decir, se recibió cordialmente por el poblador o que entienda los beneficios del proyecto durante las visitas y cambie alguna idea negativa que tiene del mismo.

- *Líderes de Opinión:* Muchos de los líderes de opinión considerados por la empresa han tenido una mala imagen dentro de las comunidades como es el caso de Antonio Brack ex Ministro de Ambiente y quien fue percibido en las comunidades como una persona a favor de la empresa y en contra de la protección del medio ambiente. Los líderes de opinión deben ser considerados de esa forma no solo por la empresa sino también por las comunidades
- *Rebote de noticias en medios locales:* Como se mencionó anteriormente gran parte de las noticias entonces referentes a la empresa pertenecían a los conflictos y enfrentamientos con las comunidades y es porque solo se limita a difundir notas de prensa y comunicados, con una visión de la empresa más no la visión general del problema, para lo cual se debería tener en cuenta una política de vocería con el fin de que el periodista tenga la información de los propios involucrados, organizando periódicamente conferencias de prensa y anuncios oficiales, de esta forma se hubiese podido direccionar la información.
- *Difusión de programas radiales:* Los programas radiales tuvieron una importante acogida en la zona por ser el medio de mayor difusión, sin embargo, resultó relevante mencionar que el tono y el estilo debió ser basado,

además de las formas coloquiales de la zona, en personajes con los que las comunidades se pudieron identificar

- *Pasantías informativas*: Se mantuvo el diseño empleado por Majaz, para lo cual se sugiere reformular los criterios de selección de los participantes, priorizando la información a los grupos de mayor influencia en la zona debido a que son los que encabezan la oposición a la empresa.

6. *Plan de consulta*

Este plan de consulta debió ser implementado antes de elaborar las estrategias de inserción. Dicho plan debe ir acompañado de estudios de usos y costumbres de la zona⁶, así como de su organización social.

Con respecto a los documentos internos de la empresa se sugiere un manual de marca e identidad corporativa, un manual de funciones del área de Comunicación y del área de Relaciones Comunitarias por separado, así como un manual de manejo de crisis.

4. **Herramientas de Evaluación**

Como se menciona en el modelo de evaluación de planes de comunicación de la Unión Europea (Unión Europea, 2013, p. 12) bajo el que se realiza esta evaluación, el diseño de indicadores constituye un ejercicio fundamental para la evaluación del desarrollo y resultado alcanzado por los programas. De esta forma para proceder a la evaluación de las estrategias y planes aplicados se ha considerado necesario la elaboración de indicadores que han sido diseñados en base a lo investigado a lo largo de esta tesis sobre los modelos de inserción y ejecución de planes de comunicación que deben seguir las empresas transnacionales. Estos indicadores se dividen en:

- **Indicadores de realización**: Numero de actividades realizadas e información positiva publicada en los medios de comunicación por la misma empresa o como rebote de información

⁶ Ver Influencia de una cultura extranjera en la empresa, Capítulo I de la presente tesis página 47

- Indicadores de resultado: Efectos directos a corto y largo plazo de las actividades y planes aplicados

Los indicadores están diseñados de la siguiente manera:

Tipos de actividades	Actividades Realizadas	Indicadores de Realización (Resultados esperados)	Indicadores de Resultado (Resultados obtenidos)
Actividades de información realizadas (Talleres, capacitaciones, y pasantías)		Número de eventos realizados y resultados esperados	Percepción de su aplicación y resultados
Difusión en medios de Comunicación		Número Publicaciones	Percepción de su aplicación y resultados
Publicaciones Realizadas por la empresa		Número Publicaciones y resultados esperados	Percepción de su aplicación y resultados
Información a través de Páginas Web		Número de Páginas Web	Percepciones de su aplicación
Actividades de Relación Social y proyectos de desarrollo		Número de actividades y resultados esperados	Percepción de su aplicación y resultados

Así mismo, se han diseñado indicadores de análisis para cada uno de las actividades ejecutadas detalladamente

- Actividades: Talleres, Capacitaciones y Pasantías

Indicadores de Resultado	Resultados
Diseño de la actividad	
Material Utilizado	
Grado de Conocimiento en el público Objetivo	

- Publicaciones Realizadas : Revistas, Boletines, Folletos, Programas de Radio y Televisión

Indicadores de Resultados	Resultados
Temática	
Características de Forma	
Difusión	

- Actividades de relaciones sociales y proyectos de desarrollo

Indicadores de Resultados	Resultados
Estrategia de aplicación	
Grado de acercamiento con la población	
Percepción de la población	

- Evaluación

En este apartado, se procederá a aplicar los indicadores de evaluación diseñados por la en la Guía Metodológica de la Unión Europea anteriormente detallados, a las estrategias empleadas por la empresa Majaz S.A y Río Blanco Copper S.A

Majaz S.A

Equipo de Comunicación

Tipos de actividades	Actividades Realizadas	Indicadores de Realización (Resultados esperados)	Indicadores de Resultado (Resultados Finales)
Actividades de información realizadas (Talleres, capacitaciones, y pasantías)	Talleres Informativos	Informar a la población sobre: Minería, EIA y el proyecto Río Blanco	Se percibió a los talleres como poco didácticos y a la información como tardía

Difusión en medios de Comunicación	Noticias en medios escritos	Se esperaba difusión de noticias sobre el proyecto y su trabajo con la comunidad	Los medios priorizaban noticias sobre la toma de campamento
Publicaciones Realizadas por la empresa	- Revista “Juntos” -Micro programas de Radio	Brindar a la población información sobre la empresa	En un primer momento la revista generó confusión pero los programas de radio tuvieron buena acogida
Información a través de páginas Web	No contaban con página web		
Actividades de Relación Social y proyectos de desarrollo	No se realizaron actividades sociales		

Actividades detalladas

- Actividades: Talleres Informativos

Indicadores de Resultado	Resultados
Diseño de la actividad	La actividad no contaba con la difusión requerida y la asistencia mayoritaria
Material Utilizado	Era poco didáctico y no fomentaba la participación. Era expositivo
Grado de Conocimiento en el público Objetivo	Los talleres eran dirigidos directamente a la población afectada

- Publicaciones Realizadas : *Revista “Juntos”*

Indicadores de Resultados	Resultados
Temática	La temática era correcta debido a que su objetivo era difundir

	información de minería y sobre el proyecto
Características de Forma	Contenía demasiada información y era poco atractiva para la lectura. No diferenciaba secciones. Las ilustraciones no eran legibles, según lo comentan los receptores de las mismas
Difusión	No era atrayente para el público de las comunidades que leen muy poco y que necesitaban información precisa sobre los efectos del proyecto en sus comunidades

Micro programas de Radio

Indicadores de Resultados	Resultados
Temática	La temática era correcta debido a que su objetivo era difundir información de minería y sobre el proyecto
Características de Forma	Se difundían teniendo en cuenta las palabras usadas comúnmente en las comunidades, sin embargo debido al carácter aspiracional muchos los consideraron denigrantes
Difusión	Los horarios y las radios utilizadas eran las correctas

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias

Tipos de actividades	Actividades Realizadas	Indicadores de Realización (Resultados esperados)	Indicadores de Resultado (Resultados Finales)
Actividades de información realizadas (Talleres, capacitaciones, y pasantías)	-Talleres Informativos -Pasantías Informativas	Informar a la población sobre: Minería, EIA y el proyecto Río Blanco	Los talleres fueron más participativos y no se tuvo un criterio claro de selección para las pasantías
Difusión en medios de Comunicación	Noticias en medios escritos	Se esperaba difusión de noticias sobre el proyecto y su trabajo con la comunidad	Los medios priorizaban noticias sobre el conflicto
Publicaciones Realizadas por la empresa	- Revista "Juntos" -Micro programas de Radio y Tv -Revista el Chilalo	Brindar a la población información sobre la empresa	Las revistas mejoraron su formato pero su difusión fue disminuyendo.
Información a través de Páginas Web	Página Web Majaz	Permitir el acceso a información y ubicación rápida del proyecto	Era poco actualizada y dejó de funcionar
Actividades de Relación Social y proyectos de desarrollo	-Oficina Informativa -Viveros -Cocinas mejoradas	Mostrar a la población los beneficios del proyecto	Las comunidades de influencia directa (Segunda y Cajas) no aceptaban del todo la realización de los proyectos por desconfianza

Actividades detalladas

- Actividades: *Pasantías Informativas*

Indicadores de Resultado	Resultados
Diseño de la actividad	El diseño era dinámico y cumplía con la función de información presencial, sin embargo no se tenía un criterio claro de selección de los participantes
Material Utilizado	Se debieron seleccionar empresas con las mismas características de explotación que Rio Blanco, es decir empresas mineras en el rubro de cobre
Grado de Conocimiento en el público Objetivo	Solo era conocido por los miembros de la prensa y algunos dirigentes. No llego a los fuertes opositores de la empresa

- Publicaciones Realizadas : *Revista El Chilalo*

Indicadores de Resultados	Resultados
Temática	La temática utilizada era la correcta debido a su fin informativo
Características de Forma	Su diseño era demasiado básico e inapropiada para la información contenida y el público adulto, aun cuando los índices de lectura en la zona son bajos.
Difusión	Debido a lo básico de la revista debió ser difundida mayoritariamente en colegios

- Actividades de relaciones sociales y proyectos de desarrollo : *Oficina Informativa*

Indicadores de Resultados	Resultados
Estrategia de aplicación	Debió priorizarse las oficinas informativas en las comunidades y organizar visitas guiadas o llevar la información que se deseaba compartir directamente a las comunidades
Grado de acercamiento con la población	En las comunidades afectadas la población no concurría a las oficinas
Percepción de la población	Desconocimiento en las comunidades y poco interés en Piura

Cocinas Mejoradas

Indicadores de Resultados	Resultados
Estrategia de aplicación	Se aplicaron en comunidades aledañas a las de Segunda y Cajas debido a las tensas relaciones, por lo que los pobladores de las comunidades afectadas sintieron que nos los tomaron en cuenta
Grado de acercamiento con la población	En las comunidades afectadas no todos conocían o contaban con el beneficio del proyecto
Percepción de la población	Desconocimiento en las comunidades y poco interés en Piura

5. Análisis FODA de los planes aplicados

Es importante destacar que este análisis FODA no se incluye dentro de la Guía Metodológica para la Evaluación de Planes de Comunicación de la Unión Europea, sin embargo su aplicación a planes de comunicación de Río Blanco se consideró necesario para aclarar los errores y las posibilidades que tiene la empresa para planes futuros

- **Fortalezas**

- Respaldo del Estado y los gobiernos regionales para la viabilidad de proyecto
- Requisitos técnicos y permisos de cateo en la zona
- Apoyo de instituciones privadas y públicas como la Universidad Nacional de Piura

- **Oportunidades**

- Situación de conflicto violento estable desde el 2010
- Ninguna empresa minera ha realizado otras labores de exploración y cateo en la zona
- Fomento de la inversión privada en el sector minero por parte del Estado
- Nueva legislación en temas de conflicto social como la ley de la consulta previa.

- **Debilidades**

- Mala imagen de la empresa frente a las comunidades afectadas (empresa ilegal y negligente)
- Falta de conocimiento de las culturas, organización y modos de vida de la comunidad al momento de la inserción
- Falta de un plan de comunicación antes de la inserción de la empresa y de un replanteamiento de los objetivos y las actividades en los planes actuales

- Falta de alianzas estratégicas con organismos internacionales que funcionen como veedores en un posible nuevo proceso de inserción
 - Falta de comunicación con la gerencia general de la empresa.
 - Mala ubicación de la oficina de comunicación en el organigrama
 - Confusión por parte de la empresa entre las labores de comunicación y relaciones comunitarias
 - Falta de un manual de funciones, un plan de crisis y una auditoría de comunicación.
 - Falta de especialistas en temas de comunicación para el desarrollo que realicen el plan de comunicación basado en los usos y costumbres de la zona
-
- **Amenazas**
 - Alianzas estratégicas entre los opositores al proyecto minero (ONG, Municipios, sectores radicales de la iglesia)
 - Imagen de empresa poco comunicativa frente a los medios de comunicación
 - Desinformación sobre el proyecto (Ubicación, estado actual e impacto ambiental) en la población en general

CONCLUSIONES

1. Este estudio confirma la necesidad de toda empresa transnacional de contar con una Política y un Plan de comunicación basado en la cultura, modos de vida e idiosincrasia de la población a la que ingresa. La empresa debe considerar que al ingresar a territorio extranjero se enfrenta dos culturas diferentes a la suya: La del país receptor y la de la comunidad a la que ingresa.
2. Los planes de comunicación de todas empresa minera transnacional deben estar a cargo de profesionales de la comunicación con especialización en comunicación intercultural, o comunicación para el desarrollo con experiencia en trabajo con comunidades rurales y en especial con las comunidades a las que la empresa ingresará
3. Se confirma que ni la empresa minera Manhattan Minerals Coporation (Tambogrande) ni Majaz S.A ni Río Blanco Copper S.A (Huancabamba) contaron con Políticas de Comunicación y especialistas en comunicación al momento de insertarse en territorio nacional
4. Las políticas y planes de comunicación de las empresas mineras transnacionales deben incluir mecanismos que involucren a los diferentes actores del conflicto y que promuevan el dialogo. El conocimiento de los actores involucrados en estos mecanismos será producto de su adecuado mapeo el mismo que debe incluirse también en los planes de comunicación.
5. Toda empresa transnacional minera debe ubicar adecuadamente en su organigrama la oficina de comunicaciones con el fin de que sea parte activa de las decisiones todas por la gerencia general de la empresa

6. Se confirma con esta tesis que la crisis socio ambiental ocasionada por la empresa Rio Blanco Copper S.A se deben en gran medida a que la empresa no contó con planes de comunicación al momento de insertarse y los planes actuales deben replantear sus objetivos e indicadores de medición

BIBLIOGRAFÍA

Libros

1. Alonso, M. (2002) Suelos contaminados, Madrid: Civitas
2. Ansoff, I. (1976) La estrategia de la empresa. Pamplona: Eunsa
3. Barbé, E. (1995) Relaciones Internacionales. Madrid: Tecnos
4. Bebbintong, A. (2007) Minería y desarrollo en el Perú: Con especial referencia al proyecto Rio Blanco en Piura, Lima: Oxfam
5. Bel, J. (2005) Comunicar para crear valor: La dirección de comunicación en las organizaciones. Pamplona: Eunsa
6. Borja, R. (1997). Política. En Enciclopedia de política, (vol.1 p.767) México D.F: Fondo de cultura económica
7. Caravedo, B. (1998) El impacto social de las empresas mineras en el Perú. Lima: IDEM
8. Congreso De La República Del Perú, (1995) Ley de la inversión privada en el desarrollo de las actividades económicas en las tierras del territorio nacional y de las comunidades campesinas y nativas 17 de julio de 1995
9. Coordinadora Nacional De Radio, (2005, 25 de Octubre) Comunicado N°3, Lima.
10. Cruz – Guzmán, M. (2007) La contaminación de suelos y aguas. Sevilla: Universidad de Sevilla
11. De Echave, J. (1999) Minería y conflictos sociales. Lima: IEP

12. Defensoría Del Pueblo. (2003) Reporte de conflictos sociales Marzo 2012. Lima
13. Defensoría Del Pueblo, (2006) Informe N° 23–2007–DP–ASPMA.MA CASO MINERA MAJAZ. Expediente N° 2462–2006 – Oficina Defensoría en Piura
14. Elegido, Maximiliano (2003) El Impacto de la agricultura en el medio ambiente. Revista española de estudios agro sociales y pesqueros, n° 200
15. FAO (1997) Lucha contra la contaminación agrícola de los recursos hídricos. ONU: París
16. FAO (2003) Agua para todos, agua para la vida: Informe de las Naciones Unidas sobre el desarrollo de los recursos hídricos en el mundo. Paris: Mundi-Prensa libros
17. Fernandez, A. (1983) El control de las empresas multinacionales. Madrid : Tecnos.
18. Fernández, H. (2006) Plan estratégico de comunicación para la industria minera. Rio de Janeiro: Centro de Tecnología Mineral
19. Gamarra, C. (2009) La concesión minera. Lima: ECB
20. Garrido, F. (2008) Comunicación de la estrategia: La efectividad está en la dirección, Barcelona: Deusto
21. Gobierno del Perú (15 de mayo de 1999b) Ley General de Expropiación N° 27117
22. Gobierno del Perú (1993) Constitución Política del Perú, Propiedad de extranjeros.
23. Gobierno del Perú, (14 de julio de 1995a) Ley de tierras N° 26505, art. 7
24. Gobierno del Perú, (1992) Ley General de Minería, N° 109
25. González, J. (1994). Más (+) Cultura(s). Ensayos sobre realidades plurales. Ed. Pensar la cultura
26. Gouley C. (2007), Conflictos mineros, interculturalidad y políticas públicas. Economía y Sociedad N° 65, Octubre
27. Hernández, J. (2011) Hacia una política de estado para el desarrollo agrario. Lima: ATA
28. Hitt, M. (2008) Administración estratégica: Competitividad y Globalización. Mexico: Thompson
29. Homs, R. (1990) La comunicación en la empresa. Mexico D.F: Iberoamerica

30. Instituto De Estudios Medio Ambientales (IEM) (2003), Suelos Contaminados. Barcelona: IEM
31. Instituto De Ingenieros De Minas, (2011) Minería peruana: Contribución al desarrollo económico y social 5. Lima
32. Instituto de ingenieros de minas. (2011) Minería peruana: Contribución al desarrollo económico y social 5. Lima
33. Koontz, H. (2008) Administración: una perspectiva global y empresarial. Mexico: McDraw
34. Krugman, P. (1994) Economía internacional: Teoría y política. Madrid: Mc GrawHill.
35. Lattes, R. (1983) Un billón de dólares: El mundo económico de las multinacionales. México: Editorial Planeta
36. Lescano, J. (2009) Manual del desarrollo sostenible. Lima: Universidad Nacional Federico Villareal
37. Libeart, T. (2000) El plan de Comunicación organizacional. París: Linusa
38. Lucas, A. (1997) La comunicación en la empresa y en las organizaciones. Barcelona: Bosch
39. Majaz. (2008) Estudio de impacto ambiental semi detallado para el programa de exploraciones 2008-2010. Piura: Rio Blanco Cooper
40. Manhattan Minerals Corporation, (Diciembre de 2002) Estudio de Impacto Ambiental. MEM
41. Medina, G. (2007) Minería Ilegal en el Perú: XXVIII Encuentro Empresarial y convención minera. Lima: Instituto de Ingenieros de Minas del Perú
42. Ministerio de energía y minas – Oficina de gestión social (2008) La participación ciudadana y la minería
43. Ministerio de energía y minas (1992), Texto único ordenado de la Ley General de Minería, 04 de junio de 1992, art. 118
44. Ministerio de energía y minas, (1993) Guía para la elaboración de un estudio de impacto ambiental, Dirección general de asuntos ambientales
45. Ministerio De Energía Y Minas, (2010) Plan Nacional de formalización de la minería informal. Lima: MEN.
46. Ministerio de Energía y Minas, (2011 a) Consultada el 16 de marzo de 2011, www.Minem.gob.pe
47. Ministerio de energía y minas, (2011 c) Texto único de procedimientos administrativos vigente (TUPA).

48. Nanda, S. (1987) Antropología cultural. México D.F: Iberoamérica.
49. ONU, (1973b) Las corporaciones multinacionales en el desarrollo mundial. Nueva York : Centro de empresas transnacionales p.4
50. Ossio, J. (1999) Minería y comunidades campesinas. En. Pascó –Font, A. Minería y comunidades (p. 85) Lima: Cooperación
51. Pasco Font, A. (1994) Estudio de la minería informal y el medio ambiente Zona Madre de Dios: Informa final. Lima: Grade-Mem
52. Pintado, B. (2011) Estrategia de Comunicación para Rio Blanco Copper S.A en su zona de influencia. Tesis de Licenciatura. Piura: Universidad Nacional de Piura.
53. Presidencia del Consejo de Ministros (2003, 22 de junio) Decreto supremo N° 023-2003-EM
54. Pulgar Vidal, M. (2003) Mejorando la participación ciudadana en el proceso de evaluación
55. de impacto ambiental en minería. Lima: Sociedad Peruana de Derecho ambiental
56. Rio Blanco Copper S.A (2009) Plan de comunicación. Oficina de Comunicaciones y Relaciones comunitarias
57. Robinson, J. (1976) Introducción a la Economía Moderna. México : Fondo de Cultura Económica
58. Rodríguez, J. (1979) Los consejos nacionales de políticas de la comunicación, París: Unesco.
59. Romero, M. (2005) Formalización de la minería en pequeña escala en América Latina y el Caribe. Lima: Cooperación
60. Rugman, A. (1997) Negocios internacionales: Un enfoque de administración estratégica. Mexico: Mc GrawHil.
61. Sánchez, F. (1981) Minería: Capital transnacional y poder en el Perú. Lima : Desco
62. Seoáñez, M. (1999) Contaminación del suelo. Madrid: Mundi-Prensa
63. Torres, F. (2003) Minería metálica bajo El Niño en Piura: Injustificado riesgo para su vida y desarrollo. Piura: Oxfam
64. Torres, V. (2007) Minería artesanal y a gran escala en el Perú. Lima: Cooperación
65. Trivelli, C. (2006) Pequeña agricultura comercial. Lima: IEP

66. UNESCO. (1982) Declaración de México sobre las Políticas Culturales, México D.F.
67. Unión Europea, (2013) Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013, Gobierno de España.

Recursos electrónicos

1. INEI, Censo Nacional Perú XI de Población y VI de Vivienda 2007. Consultada el 07 de diciembre 2011 En http://www.inei.gob.pe/perucifrasHTM/infдем/cuadro.asp?cod=9290&name=d20_01&ext=jpg []
2. Manrique, G. (2011) Políticas de comunicación corporativa, Consulta el 01 de setiembre de 2011, de <http://competitividadresponsable.wordpress.com/2010/01/04/la-politica-de-comunicacion-corporativa/>
3. Ministerio de energía y minas (2011 b) , Boletín Mensual de minería, Consultada el 02 de diciembre 2011. En <http://www.minem.gob.pe/descripcion.php?idSector=1&idTitular=4234>
4. Ministerio del ambiente (2012) Manual de legislación ambiental . Consultado el 15 de julio del 2012. En: http://www.legislacionambientalspda.org.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=241&Itemid=3364
5. ONU. Comisión de Derechos Humanos (2002 a). Marco jurídico de las empresas transnacionales. Consultado el 6 de setiembre de 2011 de [http://www.unhchr.ch/Huridocda/Huridoca.nsf/0/fc9966a641705b0bc1256c050059be80/\\$FILE/G0214347.doc](http://www.unhchr.ch/Huridocda/Huridoca.nsf/0/fc9966a641705b0bc1256c050059be80/$FILE/G0214347.doc)

Diarios

1. “Abrumador NO a la minería”, (2007, 17 de setiembre). La República. p. 2
2. “Absuelven en Perú a 107 personas acusadas por conflicto minero”, (2012, 10 de Noviembre) Diario El País de España. En http://internacional.elpais.com/internacional/2012/11/10/actualidad/1352524748_397843.html Consultado el 04 de diciembre de 2012
3. “Amenaza con vetear a Trelles” (2007, 8 de diciembre). Diario Correo. p. 4

4. "Boicot de alcaldes y ronderos", (2007, 11 de setiembre), Diario Correo. p. 12
5. "Comisión de DDHH de la OEA verá caso Majaz" (2009, 27 de febrero), Diario La República. p. 3
6. "Comisión para disuadir protestas", (2005, 2 de agosto) Diario Correo, p. 3
7. "Desconocidos atacan y queman instalaciones de campamento minero" (2009, 2 de Noviembre), Diario Correo, p.23
8. "El país perdería 130 millones en impuestos si no explota Rio Blanco", (2007, 11 de setiembre), Diario Correo p. 13
9. "Energía y minas negoció", (2005, 30 de julio) Diario Correo p. 2
10. "Fiscal le dio "Luz verde", (2007, 16 de setiembre). Diario Correo. p. 3
11. "Golpean y dejan moribundo a comunero" (2008, 21 de marzo), Diario Correo, p.4
12. "Habrían secuestrado a ocho obreros de minera", (2005, 7 de Marzo) El Tiempo. p. 2
13. "La sangre ya corre hace tiempo" (2006, 12 de Junio), Diario Correo, p.2
14. "Madre de Dios reforestarán áreas devastadas por la minería informal de oro" (2011, 12 de agosto) El Comercio, Consultada el 07 de diciembre 2011. En <http://elcomercio.pe/planeta/1014759/noticia-madre-dios-reforestaran-areas-devastadas-mineria-informal-oro>
15. "Majaz abre primer centro de información en Piura", (2007, 16 de setiembre). Diario Correo. p 4.
16. "Majaz no me callará defenderé la ecología", (2005,25 de Octubre) La República. p 14
17. "Majaz plantea diálogo y más información", (2007, 18 de setiembre). Diario Correo. p. 4
18. "Majaz reiniciará labores de exploración", (2005,7 de Agosto) Diario Correo. p. 2
19. "Minería informal representa 18% de la producción anual" (2011, 7 de Junio), Consultada el 10 de enero 2012 Oro y Finanza: Diario Digital del mercado del Oro. En <http://www.oroymasfinanzas.com/2011/06/peru-mineria-informal-de-oro-representa-el-18-de-la-produccion-anual/>
20. "Minería informal un grave problema en Piura", (2011, 12 de noviembre), Consultada el 10 de enero 2012 RPP noticias. En

http://www.rpp.com.pe/2011-11-12-mineria-informal-un-grave-problema-en-piura-noticia_421827.html

21. "Municipio de Ayabaca y narcotráfico financiaron movilización de ronderos", (2005, 8 de agosto). Diario Correo p. 3
22. "Peritos confirmaron que el depósito de la mina Caudalosa Chica fue mal construido" (2010, 14 de Julio) El Comercio, Consultada el 07 de diciembre 2011 En. <http://elcomercio.pe/planeta/596373/noticia-peritos-confirmaron-que-deposito-relaves-mina-caudalosa-chicafue-mal-construido>
23. "Plantea Ministerio del ambiente", (2007, 15 de setiembre). Diario La República. p. 4
24. "Premier Ferrero denuncia tortura a funcionario de Minera Majaz". (2005,14 de Marzo), El Tiempo p. 5
25. "Proyecto Tambogrande en Suspense" (2003, 31 de octubre) La República, Sección Económica
26. "Red del Terror", (2005,23 de octubre) Programa Panorama Panamericana Televisión.
27. "Ronderos amenazan con látigo a beneficiarios del programa Juntos", (2007, 3 de diciembre), Diario La República. p 16
28. "Ronderos atacan a pobladores y destruyen vivero", (2006, 3 de mayo) Diario El Tiempo p. 13
29. "Ronderos queman oficina de Majaz" Diario Correo, (2009, 6 de Enero). p. 14
30. "Ronderos retienen a tres mineros", (2005, 8 de Agosto), Diario La Hora, p.3
31. "Ronderos soltaron a 5 comuneros luego de secuestrarlos y azotarlos", (2006, 22 de febrero) Diario La República p. 5
32. "Ronderos toman comisaría de Sapalache" (2008, 16 de noviembre), Diario La República. p. 28

Entrevistas personales

1. Alfredo Guzmán Zegarra, Director Regional de Energía y minas de Región Piura, entrevista personal realizada el 23 de abril del 2012
2. Belia Concha, Directora de Radio Cutivalú, Entrevista realizada el 11 de julio del 2013

3. Benito Guarnizo García, Dirigente de la comunidad de segunda y Cajas, entrevista realizada el 1 de agosto del 2013
4. Carlos Cueva, Ex integrante de la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias de la Minera Majaz S.A entrevista personal realizada el 9 de abril del 2013
5. Doris Carhuapoma, Ex integrante de la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias de la Minera Majaz S.A entrevista personal realizada el 9 de abril del 2013
6. Edwin Gálvez, Gerente de Relaciones Comunitarias de la empresa Rio Blanco Copper S.A entrevista personal realizada el 16 de abril del 2013
7. Freddy Suyón, Oficina de Resolución de Conflictos Gobierno Regional de Piura, entrevista personal realizada el 5 de febrero del 2011
8. Juana Huaco, entrevista personal realizada el 6 de setiembre de 2011
9. Julio Vázquez, Periodista de Huancabamba, entrevista personal realizada el 14 de mayo del 2012
10. Osvaldo Córdova, Ex Director de Comunicaciones de minera Manhattan Minerals Corporation S.A entrevista personal realizada el 8 de febrero del 2013
11. Segundo García, Dirigente y Miembro del Frente de Defensa por los Derechos de Tambogrande, entrevista personal realizada el 3 de febrero del 2013
12. Roberto Condezo, Ex Director de la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Comunitarias de la Minera Majaz S.A, entrevista personal realizada el 24 de mayo del 2013

13. Wilson Ramiro Ibañez Ibañez,, Alcalde de Huancabamba, entrevista realizada el 1 de agosto del 2013