



UNIVERSIDAD
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL
PIRHUA

TWITTER COMO VÍA PARA MEDIAR LOS CONFLICTOS SOCIALES: ANÁLISIS DEL CASO #CONGA, PERÚ

María Farías-Alvarado

Piura, diciembre de 2017

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Departamento de Comunicación



Esta obra está bajo una licencia

[Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura](https://repositorio.institucional.pirhua.edu.pe/)

**UNIVERSIDAD DE PIURA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN**



**Twitter como vía para mediar los conflictos sociales:
análisis del caso #Conga, Perú**

Tesis que presenta la bachiller

MARÍA CLAUDIA FARÍAS ALVARADO

Para optar el Título de

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

Asesor: Mgtr. Tomás Atarama Rojas

PIURA -PERÚ

2017

*A mis padres, y a todos aquellos quienes creen
que para cada conflicto hay una solución.*

Agradecimientos

A Dios, con él todo es posible.

A mis padres y a toda mi familia, que me ayudaron en forma inestimable.

A mi asesor de tesis, el Mgtr. Tomás Atarama por haber tenido la paciencia para guiarme durante todo el desarrollo de la tesis y por los conocimientos brindados.

Al Ing. Henry Palomino, por su tiempo y su invaluable ayuda.

A mis amigas que me animaron y sostuvieron en los momentos más duros. Sin su presencia y afecto nunca hubiera logrado terminar este trabajo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	i
--------------------------	----------

CAPÍTULO I: UNA REFLEXIÓN SOBRE EL IMPACTO COMUNICATIVO DE TWITTER.....	1
--	----------

1. La dicotomía funcional de Twitter.....	5
a. Como red social que potencia la comunicación directa.....	5
b. Como medio de comunicación digital masivo.....	6
2. La capacidad dialógica de Twitter.....	7
3. La naturaleza de los conflictos sociales y su mediación a través de Twitter.....	9

CAPÍTULO II: CONGA: ESCENARIO DE UN CONFLICTO.....	13
---	-----------

1. El sector extractivo en el Perú: Cajamarca.....	13
2. Caso: Proyecto minero Conga.....	18
a. Cronología del caso.....	20
3. Diseño metodológico del análisis de contenido.....	29
a. Universo y muestra.....	29
b. Variables.....	32

CAPÍTULO III: VALORACIÓN DE LOS MENSAJES DIFUNDIDOS POR LOS INVOLUCRADOS EN EL CONFLICTO.....	45
--	-----------

1. Resultados obtenidos por el análisis de contenido.....	45
2. Twitter y la difusión de mensajes alternativos para el diálogo.....	56
 CONCLUSIONES.....	 57
BIBLIOGRAFÍA.....	59
LINKOGRAFÍA.....	65
ANEXOS.....	71

INTRODUCCIÓN

En el Perú, la minería tiene una participación efectiva en la inversión, las exportaciones, los tributos, el empleo y otras variables económicas importantes. Según reportó la Dirección de Promoción Minera del Ministerio de Energía y Minas (setiembre, 2017), hay 48 proyectos mineros a desarrollarse en el Perú con una inversión de US\$ 51,102 millones. Sin embargo; junto con la ejecución de estos proyectos extractivos se han producido graves y numerosos conflictos sociales originados en el sector. Según detalla la Defensoría del Pueblo (agosto, 2017), en su Reporte de Conflictos Sociales N°162 se registraron 167 conflictos sociales, de los cuales, el 63,6 % (77 casos) se han producido en la actividad minera.

En este marco contextual se sitúa el proyecto minero Conga, a cargo de la empresa Minera Yanacocha S.R.L., la cual construiría 2 tajos abiertos para la extracción en las provincias de Celendín y Cajamarca. Se estima que la mina contiene 3.1 billones de libras de cobre y 11.6 millones de onzas de oro, además las actividades mineras tomarían 19 años, de los cuales se pretende procesar el mineral durante los 17 últimos. La inversión del proyecto sería de unos US\$ 4.800 millones (Minera Yanacocha S.R.L., 2010).

Entre las consecuencias de esta extracción minera, los opositores al proyecto aseguran que, cuatro lagunas, consideradas cabecera de cinco cuencas hidrográficas que abastecen a aproximadamente 200 caseríos de la región, podrían resultar afectadas (escasez y contaminación del agua), a esto se suma la gran inversión económica y los impactos ambientales negativos. Todo esto ha generado que el proyecto Conga se convierta en uno de los más grandes conflictos sociales activos desde el 2010. A la fecha, se registró la muerte de cinco personas como

consecuencia de las multitudinarias protestas en contra del proyecto, además de la gran polémica que hasta la fecha se genera en las redes sociales.

Nos encontramos en un entorno digital cada vez más creciente, de los más de 7.476 millones de habitantes en el planeta, el 51% (3.773) son usuarios de Internet, de los cuales 2.789 utilizan redes sociales, precisaron las empresas de tecnología We Are Social y Hootsuite (2017) en el informe Digital in 2017 Global Overview.

Como afirma Boyd y Ellison (2007), una red social es un servicio que permite construir un perfil público o semipúblico, conectarse con otros usuarios, compartir contenidos y comunicarse con ellos. Así, las redes sociales han cambiado los soportes clásicos para transmitir y recibir información, gracias a la masificación del uso de los dispositivos móviles, ahora es más rápido estar conectados y es posible llegar a más audiencias. Pues como señala Pérez (2015), las nuevas tecnologías de la comunicación fomentan debates entre las personas a escala global, de tal manera que aunque el conflicto se genere en una región del Perú, su repercusión será en todo el país. En especial Twitter, que según Genes (2012), cambió la forma de comunicarnos, ya que en 140 caracteres¹ se conjugan síntesis, instantaneidad, cobertura, participación e interacción.

Siendo conocedores que, los problemas sociales no han disminuido en muchas de las regiones del Perú, como es el caso de Cajamarca, y sabiendo cómo han evolucionado las redes sociales, surge la pregunta ¿pueden las redes sociales contribuir de manera favorable a la mediación de un conflicto?

El planteamiento de esta investigación llevó a la siguiente hipótesis: Twitter es una de las vías que puede ayudar a mediar los conflictos sociales en el Perú, pues es un espacio donde se generan y se comparten opiniones, las cuales llegan a grandes audiencias, haciendo de este un medio de comunicación digital masivo. A

¹ Cabe resaltar que, la presente investigación fue realizada antes de que Twitter aumentara el límite a 280 caracteres para todos los usuarios, a causa de la extensión que necesita cada idioma para expresarse, sin perder la velocidad y la brevedad propias de Twitter.

través del intercambio de posturas e información, Twitter puede aportar a la generación de un diálogo que contribuya a un mejor conocimiento del conflicto.

Para demostrar la hipótesis planteada, la presente tesis ha sido dividida en tres capítulos. En el primero se describe el contexto, la funcionalidad y la capacidad dialógica y mediadora de Twitter frente a los conflictos suscitados. El objetivo de esta sección es evidenciar el impacto de Twitter, el cual ha introducido cambios sustanciales en la comunicación, en todas sus formas y niveles: individual, comunitaria, organizacional y empresarial.

En un segundo capítulo se presenta el caso Proyecto minero Conga, su relación con las comunidades y pobladores locales; y los hechos cronológicamente suscitados, para evidenciar el desarrollo del conflicto. El objetivo de esta sección es presentar el marco contextual y fáctico del conflicto.

En dicho capítulo también se explica la metodología de carácter cuantitativa, en concreto, la técnica de análisis de contenido de una muestra de 255 tweets sobre el caso minero. La muestra ha sido escogida bajo cuatro filtros: búsqueda de los mensajes haciendo uso del hashtag #conga en Twitter, delimitación del espacio temporal (Perú, enero 2016 - diciembre 2016), identificación de los gestores involucrados en el conflicto (dividiéndolos en: Instituciones del Estado, Autoridades eclesiásticas, Políticos, Medios de comunicación, Organizaciones, Minera Yanacocha y Periodistas), y como último condicionante, la revisión de los perfiles de quienes publicaron para verificar que pertenezcan a la clasificación de gestores antes mencionada.

Habiendo establecido la metodología, en el tercer capítulo nos proponemos analizar el contenido de los tweets, en los que se evaluará el uso de Twitter por parte de los gestores involucrados: lenguaje, postura, tono de las publicaciones, las respuestas a lo publicado, quiénes comentan, la interacción que se genera en dichas respuestas y los links que se comparten. Ya que “poder medir la influencia que tiene la información transmitida por medio de los tweets en su entorno permite definir la importancia del perfil que la genera y su audiencia potencial” (Alonso, Figuerola y Zazo, 2015, p. 21), lo cual contribuiría favorablemente al diálogo. A partir de dicho

análisis, se podrán recoger los resultados que concluirán con la veracidad o falsedad de la hipótesis planteada al inicio de la investigación.

La investigación se desarrolla en un año de elecciones, en el cual #Conga se convirtió en tendencia en Twitter, producto de las propuestas de activación del proyecto minero por parte de los candidatos a la presidencia. Por ello, se escogió el 2016 como marco temporal para el análisis de los tweets publicados. Este conflicto se ha alargado a través de los años sin que pueda resolverse de manera favorable para las partes involucradas. Se plantea que esto ha sucedido a falta de diálogo y de una mala gestión de los canales y herramientas de comunicación, como Twitter, por parte de los involucrados en el conflicto.

CAPÍTULO I:

UNA REFLEXIÓN SOBRE EL IMPACTO COMUNICATIVO DE TWITTER

El ser humano en su búsqueda por la socialización e interacción con quienes lo rodean ha aceptado y aprovechado las redes sociales como vías de comunicación. Pero, ¿qué son en realidad las redes sociales?, Celaya (2008) explica que son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos; también entendidas como estructuras que responden a las nuevas exigencias de la era digital.

En un entorno digital cada vez más creciente, aparece Twitter. Según Jack Dorsey, uno de sus fundadores, Twitter es una herramienta de comunicación absolutamente gratuita que nació para ser aplicada en el marco de una red corporativa de una organización en particular y desde su salida al mercado ha logrado multiplicarse en forma exponencial (El País, 2009, 25 de marzo).

Otros autores, como Montaner (2011, p. 35) definen el modelo de Twitter como “una tendencia que va creciendo en el mundo de las comunicaciones, el engagement y las relaciones públicas”. Destaca, además, que la flexibilidad extraordinaria de este ágil medio social permite comunicar desde el lanzamiento de un producto, un evento o un servicio hasta conocimientos académicos.

Twitter fue creado en el 2006 con un modelo de comunicación “vía mensajes de texto con un máximo de 140 caracteres, conocidos como tweets” (Isari, Pontiggia y Virili, 2016, p. 31), los cuales representan una oportunidad para priorizar lo más importante en los mensajes. Además, según afirma García (2012, p. 3), “Twitter hace posible que los usuarios puedan expresar sus opiniones e intereses de forma abreviada y personalizada en un tiempo real”.

Además, Mejía (2016) destaca las siguientes características que distinguen a Twitter de otras redes sociales: además de sus 140 caracteres, permite integrar contenido multimedia como fotografías, vídeos y otros hipervínculos. Este autor, fue el creador de los hashtags, bajo los cuales se puede generar una conversación o seguir un suceso comentado por muchos usuarios, lo que da lugar a las tendencias (trending topics).

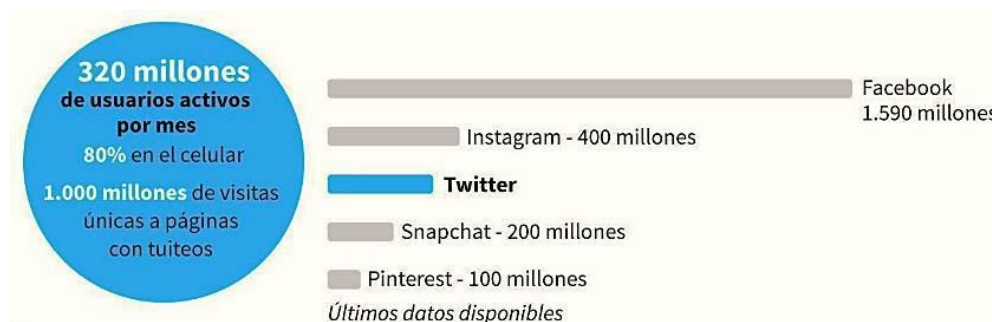
Cabe resaltar que, en Twitter las relaciones que se establecen son asimétricas, a diferencia de las que se establecen en otras redes sociales, en donde los usuarios se conectan entre sí. Según Kwak, Lee, Park y Moon (2010), un usuario de Twitter decide a quien seguir, es posible que la persona a la que sigue no necesariamente tiene que seguirle a él, lo que genera una relación asimétrica entre ambos.

Twitter es una de las redes sociales más usadas en el mundo, aunque su base de usuarios es menor a la de otras. Según estimaciones recientes del Grupo Adslzone (2017) y el portal web de emisoras de Cadena SER (2017), Twitter posee 319 millones de usuarios activos al mes. Trimestralmente, gana normalmente entre 3 y 5 millones de tuiteros, lo que supone un avance por trimestre del 0,6% y del 4,6% en un año.

Gracias a las actualizaciones que Twitter presentó en el 2016 y a los 320 millones de tuiteros (ver gráfico 1) que se registraron en dicho año, Twitter ha logrado ubicarse en el tercer puesto, por debajo de los 1,590 millones de usuarios de Facebook y los 400 millones de Instagram (Perú21, 2016, 21 de marzo). Como afirma Perú21, Twitter “está presente y ha sido una eficaz herramienta para

compartir mensajes en sucesos importantes de la historia mundial como las revoluciones árabes, el terremoto de Chile, el 15M en España, entre otras. Larga vida a Twitter”.

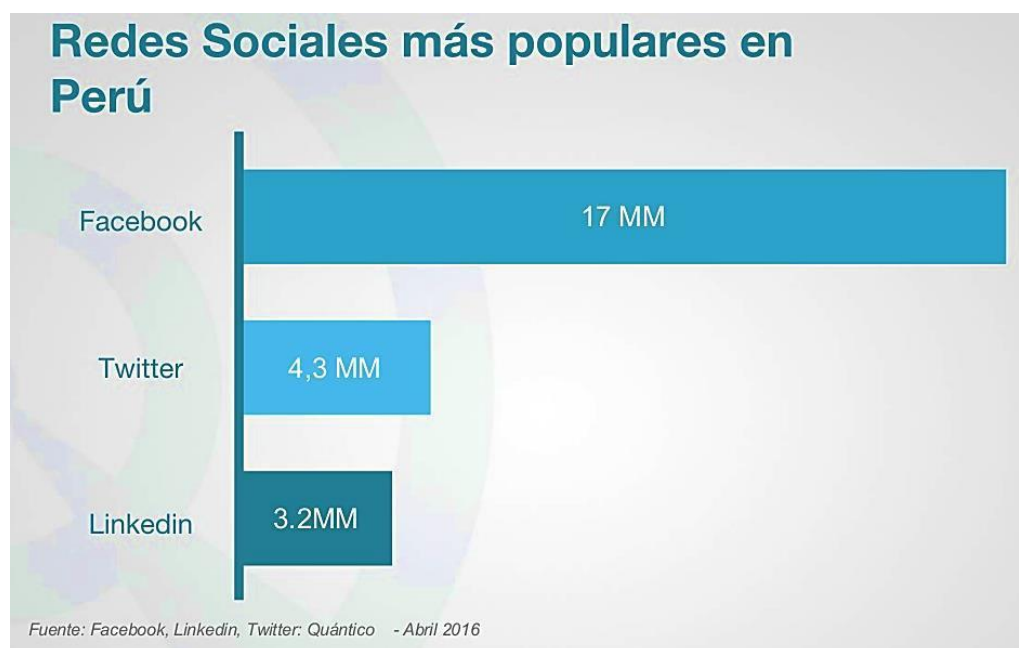
Gráfico 1: Ranking de los usuarios activos (2016)



Fuente: Perú21 (2016, 21 de marzo)

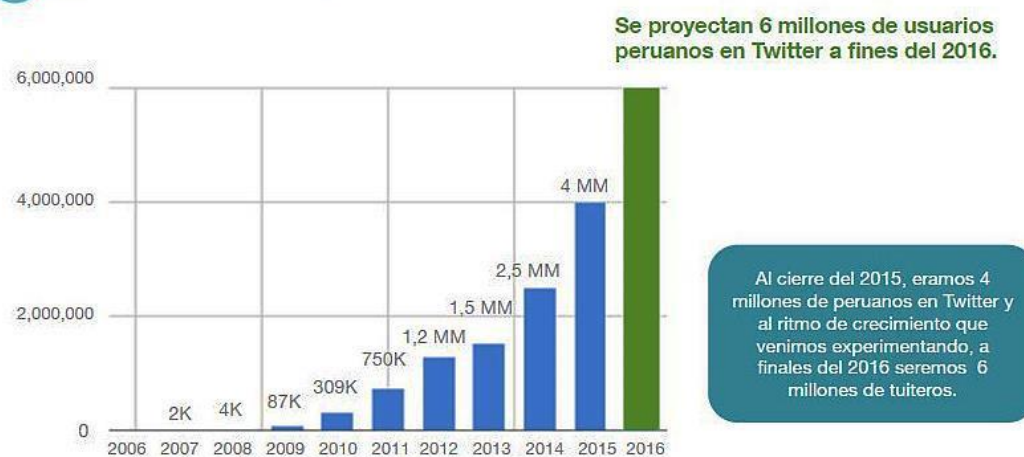
En el Perú, según Quantico Trends (2016) destacan 3 redes sociales como las más populares. La favorita es Facebook con 17 millones de usuarios, seguido de Twitter, con 4,3 millones de tuiteros y finalmente, LinkedIn con 3,2 millones (ver gráfico 2).

Gráfico 2: Las redes sociales más populares en el Perú



Al cierre del 2015 había 4 millones de peruanos en Twitter y a finales del 2016 se esperan 6 millones (ver gráfico 3). Según los datos recogidos en el año 2015, el 52% de tuiteros peruanos son menores de 25 años, seguido por el grupo de “26-35 años” (38%). Además, de los 4 millones de usuarios se estima que, 1 199 624 son cuentas de empresas, medios, pseudónimos, entre otros. Mientras que 2 800 376 son usuarios únicos con género definido. De este total, 54% son hombres y 46% mujeres (ver gráfico 4).

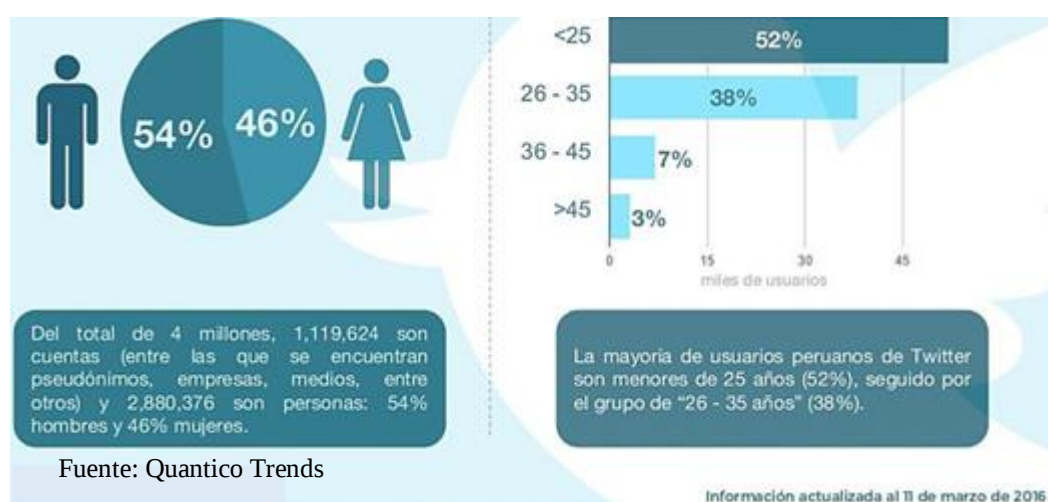
Gráfico 3: Aumento progresivo (2006- 2016) de tuiteros peruanos
 ¿Cuántos usuarios peruanos hay en Twitter?



Fuente: Quantico Trends

Información actualizada al 11 de marzo de 2016

Gráfico 4: Tuiteros peruanos según género y segmentos de edad predominantes



Fuente: Quantico Trends

Información actualizada al 11 de marzo de 2016

1. La dicotomía funcional de Twitter

En un primer momento, Twitter se definía como un microblog, es decir, similar a un blog pero con un número limitado de caracteres (140) (McFedries, 2007). Sin embargo, Twitter proporciona un servicio de mensajería que reúne funciones similares a las que ofrecen otros servicios de Internet, como la mensajería instantánea, el correo electrónico y el blogging (O'Reilly y Milstein, 2011), lo que hace que se genere una doble función.

a. Como red social que potencia la comunicación directa

Brito, Laaser y Toloza (2012) afirman que, Twitter es una red social basada en el microblogging (conocido como nanoblogging), servicio que permite enviar y publicar mensajes cortos, generalmente sólo de texto. Así, Twitter con el paso del tiempo se percibió como una red social, en la cual puedes ser seguido y seguir a otras personas, lo que facilitó la interacción ya que puedes responder a otros usuarios o mandar mensajes directos (Avella y Delgado, 2015).

Como afirma Anthoine (2011, p. 3), en medio del exceso de información y de instrumentos informativos, las redes sociales ofrecen la ventaja de “cambiar las reglas de la comunicación, al acercar la información apropiada a las personas potencialmente interesadas” y estas a su vez la comparten con terceros, lo cual da inicio a las primeras relaciones virtuales. Esto podría ayudar a que los usuarios socialicen y entablen amistades.

Twitter permite relaciones flexibles entre sus miembros, ya que puedes seguir y no ser seguido o ser seguido y no seguir, lo que significa que no hay un seguimiento mutuo, además no es necesario ser "amigos" para entablar una conversación. Por tanto, el diálogo se puede extender entre los millones de usuarios de Twitter, gracias a esto se pueden establecer relaciones temporales inexistentes en otras redes sociales.

Por sus potencialidades, Avella y Delgado (2015) aseveran que, las redes sociales se crearon con la intención de poner en contacto a personas con intereses similares, en especial Twitter que como ya se ha dicho posibilita la comunicación y la socialización, convirtiéndola en una herramienta de interacción que permite estar en contacto con otras personas en un entorno digital.

b. Como medio de comunicación digital masivo

Pese a lo afirmado, Twitter ya no solo se considera una red social, su cofundador, Jack Dorsey, asegura que “Twitter no es una red social, sino una nueva forma de comunicación” (El Mundo, 2009, 26 de marzo). Así, el autor Hütt (2012) concluye en sus reflexiones que las redes sociales y los espacios virtuales son mecanismos de interacción, canales de comunicación, pero con un potencial de alcance y de impacto mucho mayor que cualquier otro medio tradicional.

Para los autores Kwak, Lee, Park y Moon (2010), Twitter es un canal de comunicación digital y una fuente de información más que una red social, ya que no solo siguen a otros para entablar amistad sino también para informarse de lo que otros difunden. Según su investigación, sólo se registra un 22,1% de usuarios en Twitter que se siguen mutuamente.

Además, Cárcar (2015) afirma que, las redes sociales favorecen significativamente el contacto directo entre los usuarios de diferentes lugares, pues “el uso de la comunicación digital debería actuar como facilitador de la cercanía entre las personas” (Pérez, 2015, p. 104). Por tanto, Twitter es una herramienta cada vez más utilizada y se ha generalizado su uso como un canal de comunicación que acorta distancias.

En relación con lo anterior, Alonso, Figuerola y Zazo (2015) señalan que Twitter facilita la formación de importantes nichos de opinión, ya que

un mensaje creado por una persona (ya sea original o un extracto de una noticia, columna o artículo) puede ser retuiteado por otro u otros usuarios, que a su vez lo vuelven a retransmitir, provocando un efecto de difusión masiva.

La transmisión masiva de un tweet, según Moya y Herrera (2015), aumenta el rango de difusión y por consiguiente, los potenciales receptores. Los mensajes difundidos en Twitter contienen información relevante para los usuarios, ya sean personas individuales, instituciones o empresas, que son los que “destacan noticias, opiniones o sentimientos, datos que resultaría muy difícil de recopilar por otros canales” (Alonso, Figuerola y Zazo, 2015, p. 22).

Cualquier tweet retuiteado alcanza, según Kwak, Lee Park & Moon (2010), a una media de 1 000 usuarios independientemente del número de seguidores del tweet original. Una vez retuiteado, este consigue una rápida difusión de la información y facilita la participación en una conversación dispersa. Esto lleva a Hansen, Arvidsson, Nielsen, Colleoni & Etter (2011), a considerar el retweet como la medida básica de la viralidad en Twitter, la cual no depende de las relaciones sociales, sino que se realiza entre desconocidos. En este sentido, se puede afirmar que Twitter se ha convertido en un medio de comunicación digital masivo.

Cabe finalizar este apartado mencionando que, el 29 de abril de 2016 *eleconomista.es* informó que, Twitter se convertirá en una aplicación de noticias “para competir con las aplicaciones de los medios de comunicación y no con las redes sociales, tal y como ha estado haciendo desde su origen.” Entonces, Twitter dejará de competir con redes sociales como Facebook para rivalizar con las aplicaciones de los principales medios como New York Times, CNN o The Wall Street Journal, entre otros.

2. La capacidad dialógica de Twitter

Internet y sus tecnologías crean un nuevo espacio público para la conversación, donde cada vez aparecen más usuarios. La red permitió una conexión a escala global como nunca se había visto antes, que fue acelerando al mismo tiempo su velocidad de conexión, “proveyendo la materia prima para que se crearan innovadoras posibilidades de comunicación e intervención en la vida pública y social del planeta” (Montaner, 2011, p. 33).

Según Fainhole (2011), las redes sociales son el fenómeno socio-electrónico que, mediante el uso de las TIC se trazan nuevas formas de comunicación, interacción y producción del saber desde sus formas básicas en la cotidianidad de las personas. “Gracias al desarrollo de las redes sociales, se ha creado un escenario que permite incrementar la transparencia e inmediatez en el proceso de comunicación” (Atarama y Cortez, 2015, p. 29).

Atarama y Cortez (2015, p. 30) afirman que, el éxito de “estas comunidades virtuales reside en el feedback, es por eso que la importancia de un contenido difundido en una red social estará en la acción del receptor” (like, retweet, hashtag, comentario). Esto supone que se desarrolle algún tipo de reacción, diálogo o intercambio comunicacional.

La necesidad de que los mensajes no excedan los 140 caracteres no le imposibilita servir como un foro para el diálogo y un indicador válido del panorama que se expresa offline (Tumasjan, Sprenger, Sandner y Welp, 2010). Al contrario, pues Twitter brinda “la oportunidad de priorizar lo más importante de cualquier discurso y evitar lo redundante, lo genérico y el exceso” (Montaner, 2011, p. 35).

Pero, ¿cómo se da el diálogo en Twitter? Los autores Moya y Herrera (2015) señalan que en la comunicación producida en Twitter cada usuario tiene un número de seguidores que reciben los mensajes que su seguidor emita. Para iniciar conversaciones se utiliza el signo @ seguido del nombre de usuario con el que se pretende conversar o al que se responde. La utilización del signo @ fue determinante para potenciar la comunicación; así, Twitter pasó de ser un medio para informar a un medio que facilitaba la conversación.

Además, en Twitter se pueden organizar las conversaciones, ya que “los tweets también pueden incluir etiquetas llamadas hashtags, señaladas con el signo # encabezando una palabra” (Moya y Herrera, 2015, p.3). De ese modo, se asocia el tweet a un contenido identificado con esa palabra, lo que posibilita a los usuarios a buscar el #tema de su interés y unirse al diálogo. Los 140 caracteres constituyen un estilo de escritura breve que es profundo, inteligente, certero y humorístico (Orihuela, 2011), que adquiere pleno sentido cuando se produce en compañía de otros. Así, las relaciones entre las personas pasan a adquirir una sensación de proximidad absoluta, incluso cuando se desarrollan a miles de kilómetros de distancia (Dans, 2011).

Su particular forma para interactuar y expresarse ha sido muy bien acogida por los comunicadores, quienes se sienten identificados con el formato de escritura de 140 caracteres, que es próximo a los titulares o breves (Carrera, Sainz de Baranda, Herrero y Limón, 2012); por la facilidad para interactuar con las fuentes e incluso con los lectores; por su capacidad para crear tendencias y compartir noticias (Martínez, 2014); por el perfil de sus usuarios, «más serio» que el de otras redes y más interesado en las noticias (González, Fanjul, y Cabezuelo, 2015).

Arrabal (2016) explica que, Twitter cambia la manera de hacer comunicación. Actualmente, los medios de comunicación han incorporado el uso de Twitter para generar interacción con el público; así vemos como los programas televisivos emplean hashtags, la radio incluye la lectura de los tweets y hasta los escritores incluyen sus nombres de usuarios al firmar sus artículos. “Twitter ofrece una inmejorable capacidad de interacción, además, permite generar conversaciones con los usuarios” (Carrera, Herrero, Limón, Sainz y Ocaña, 2012, p. 11).

3. La naturaleza de los conflictos sociales y su mediación a través de Twitter

Según define la Defensoría del Pueblo en su portal web², el conflicto social es un proceso complejo en el cual sectores de la sociedad, el Estado y/o las empresas

² <http://www.defensoria.gob.pe/temas.php?des=3>

perciben que sus posiciones, intereses, objetivos, valores, creencias o necesidades son contradictorios, creándose una situación que podría derivar en violencia. Además explica que, la complejidad de los conflictos está condicionada por el número de actores que intervienen en ellos, la diversidad cultural, económica, social y política, las formas de violencia que se pueden presentar, o la debilidad institucional para atenderlos, entre otros elementos.

En el Perú existen 167 conflictos sociales, según informó la Defensoría del Pueblo en el Reporte de Conflictos Sociales N° 162, correspondiente al mes de agosto de 2017, de los cuales 109 están activos y 58, latentes. Destaca, además, que los conflictos socioambientales ocuparon el 72,5% (121 casos) del total registrado, de estos, el 63,6 % (77 casos) se han producido en la actividad minera.

Generalmente, un conflicto social evoluciona hacia una solución con tendencia armoniosa; sin embargo, pueden darse acciones violentas como tipifica la Defensoría del Pueblo (2012) en el cuadro 1. Ello podría implicar la disminución o suspensión de las actividades económicas, pero también podría generar imágenes de inestabilidad política o convulsión social que se pueden transmitir mundialmente con evidentes efectos negativos perjudiciales para el sector turismo, la inversión extranjera y la imagen sociocultural del Perú.

Cuadro 1. Tipos de acciones violentas que se manifiestan durante los conflictos

Violencia contra la vida e integridad física, la libertad	Impedimento de libre tránsito y/o actividades	Daños contra la propiedad
1. Muerte 2. Heridos 3. Secuestro	1. Bloqueo de carreteras o vías de acceso. 2. Toma de empresas o campamentos de trabajadores de empresas. 3. Toma de locales o terrenos.	1. Destrucción o daño de propiedad pública (incendio, apedreamiento de vehículos, robo o saqueo). 2. Destrucción de propiedad privada (incendio, apedreamiento de vehículos, robo o saqueo).

Fuente: Defensoría del Pueblo.

La Defensoría del Pueblo³ considera que los conflictos sociales deben ser entendidos como modalidades de expresión ciudadana que, adecuadamente gestionadas, se pueden convertir en oportunidades de cambio para el país. Asimismo, Fuquen (2003, p. 267 y 268) señala que, “a partir del conflicto se genera una oportunidad muy importante para manejar procesos de aprendizaje que reflejan experiencias positivas, en las cuales los actores del conflicto interactúan y promueven oportunidades para plantear viabilidades o alternativas frente a la diferencia”.

Nicolau (2011) propone la mediación como alternativa de solución no judicial, en el que una persona imparcial (mediador) facilita la comunicación entre dos o más personas en conflicto. Para Suares (1996, p. 127), dicha resolución basada en la mediación “nace de la confrontación y armonización de los valores y necesidades de los actores específicos”. De Armas (2003), afirma también que, la mediación es una estrategia de resolución de conflictos, la cual representa un estilo más evolucionado enfocado en el compromiso y la colaboración. Además, la comunicación; según Armas, es un elemento esencial en la resolución de conflictos, en el cual las partes involucradas necesitan recursos comunicativos de calidad para que puedan hallar la solución.

Orientados (2006) afirma que, las situaciones conflictivas se pueden convertir en oportunidades de aprendizaje, además, facilita los objetivos de la mediación, en los que se destaca que la finalidad no es el acuerdo sino:

- Facilitar que se establezca una nueva relación entre las partes en conflicto.
- Aumentar el respeto y la confianza entre estas.
- Corregir percepciones e informaciones falsas que se puedan tener respecto al conflicto y/o entre los implicados en este.

³ El accionar de la Defensoría del Pueblo consiste en “alertar, promover el diálogo, incidir ante las entidades del Estado, para defender los derechos, tratar de prevenir la violencia, investigar causas inmediatas y estructurales y mediar cuando las partes se lo solicitan” (Defensoría del Pueblo, 2012, pp. 123-124).

- Crear un marco que facilite la comunicación entre las partes y la transformación del conflicto.

A su vez, Suares (1996) resalta el papel de la comunicación como un elemento importante en los conflictos, porque a su juicio una comunicación de calidad es una herramienta necesaria para llegar a la base de los conflictos y encontrar soluciones satisfactorias para las partes. Además, una mala comunicación puede ser en sí misma la causa de los conflictos.

Como bien sabemos, de lo que se trata es de difundir mensajes cargados de información que favorezcan la comunicación y el conocimiento de los hechos de mano de las fuentes oficiales. Así, afirma Simelo y Molina (2014, p. 479), “las redes sociales por su gran penetración, pueden ser instrumentos eficaces para mejorar la comunicación entre responsables políticos y la ciudadanía, pero es necesario buscar la calidad de las comunicaciones” y para ello es necesario conocer el contexto del conflicto y lo suscitado entorno a este.

CAPÍTULO II:

CONGA: ESCENARIO DE UN CONFLICTO

1. El sector extractivo en el Perú: Cajamarca

La economía peruana está basada en un modelo primario exportador extractivo, caracterizado por ser el sector que más contribuye al Producto Bruto Interno (PBI) del país, y por favorecer a la descentralización. Según el Ministerio de Energía y Minas (MEM), en 17 de las 25 regiones del Perú se realizan labores de extracción minera, por ello esta es una de las actividades más descentralizada (ver tabla 1).

Tabla 1. Tabla socioeconómica peruana 2011

El contexto socioeconómico peruano - 2011			
	Perú	Lima	Regiones
PBI	US\$ 180,000 millones	45%	55%
PBI minero	US\$ 15,000 millones	3.5%	96.5%
Población	29.5 millones	30%	70%
Pobreza (2010)	31.30%	15%	45% (3 veces Lima)
Extrema pobreza (2010)	9.8%	1.6%	6.5% (4 veces Lima)

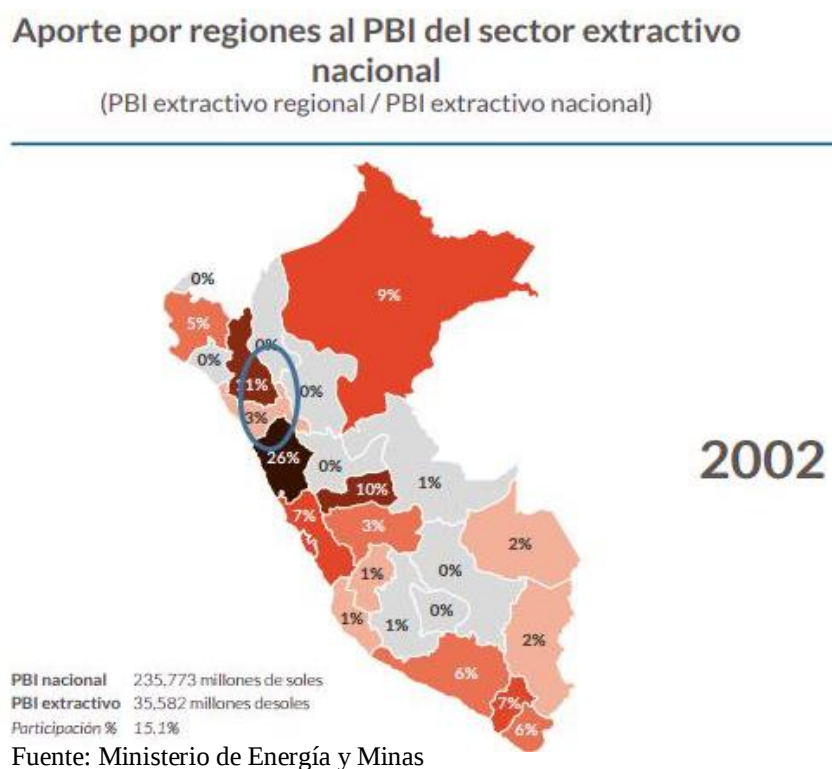
Fuente: Buenaventura, 2012.

La tabla 1 muestra que, de un PBI total de US\$ 180,000 millones, solo el 45% se genera en Lima, mientras que el 55%, en las regiones. Además, el mayor

porcentaje del PBI minero proviene de las regiones y solo un mínimo porcentaje (3.5%), de Lima. Esto demuestra el impacto positivo que tiene la minería en la descentralización. Cabe resaltar que en las zonas altoandinas del Perú es donde se encuentran los principales yacimientos mineros, como lo es Cajamarca.

El sector extractivo es considerado como uno de los pilares del crecimiento económico gracias a su significativo aporte al PBI nacional. Según los datos obtenidos por la Dirección de Promoción Minera del Ministerio de Energía y Minas en su Boletín Estadístico Minero (setiembre, 2017), Cajamarca en el 2002 fue una de las regiones que más aportaba al PBI nacional (11%), como se puede apreciar en el figura 1, donde se presenta el aporte al PBI por regiones.

Figura 1. Mapa de desempeño del sector extractivo a nivel regional 2012



Con el paso de los años, el aporte del sector al PBI nacional fue creciendo. Como puede observarse en la figura 2, Cajamarca disminuyó su participación, de tal forma que en el 2011 aportó el 7%. Lo mismo sucedió en el 2016, como lo

muestra la figura 3, Cajamarca solo contribuyó con el 3% al PBI. Sin embargo; las regiones como Cuzco, Ancash y Arequipa se situaron como las de mayor aporte.

Figura 2. Mapa de desempeño del sector extractivo a nivel regional 2011

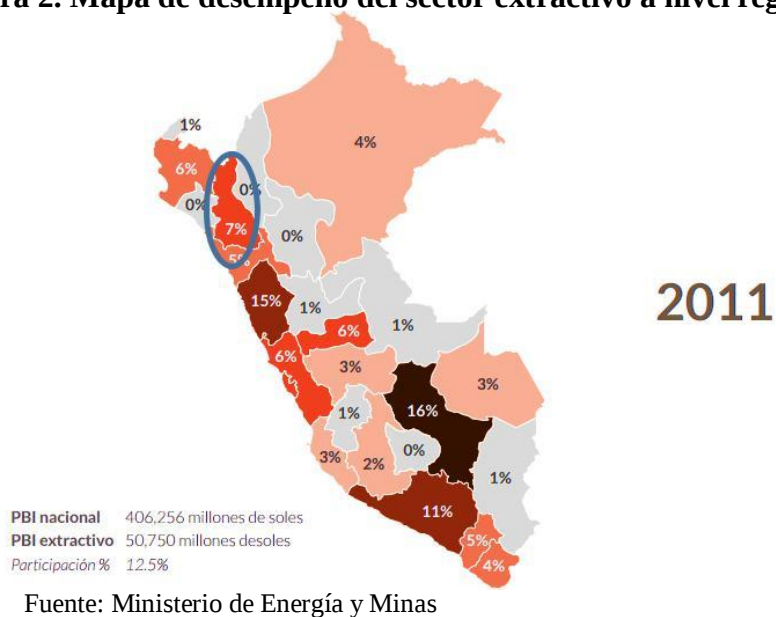
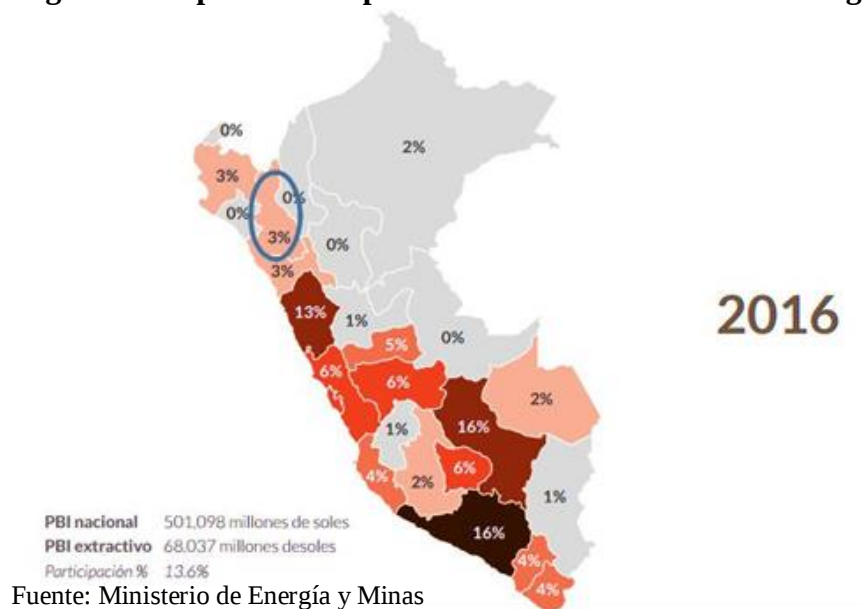


Figura 3. Mapa de desempeño del sector extractivo a nivel regional 2016



Cajamarca ha ido disminuyendo su contribución al PBI nacional, entre sus principales causas está la paralización de los proyectos mineros, con lo cual su escenario económico cambió. Así, observamos en la tabla 2 que, con el paso de los años desde el 2002 al 2016 su aporte ha ido decreciendo considerablemente.

Tabla 2. Datos de desempeño del sector extractivo a nivel regional 2002-2016

Región	Indicador	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Cajamarca	PBI total	8,166	9,035	9,192	9,888	9,442	8,159	9,320	10,050	10,141	10,595	11,271	11,087	10,854	10,826	10,708
	PBI extractivo	3,778	4,505	4,583	5,008	4,121	2,489	3,237	3,789	3,398	3,362	3,562	3,109	2,717	2,575	2,364
	Dependencia*	46.3%	49.9%	49.9%	50.6%	43.7%	30.5%	34.7%	37.7%	33.5%	31.7%	31.6%	28.0%	25.0%	23.8%	22.1%
	Aporte**	10.6%	12.2%	11.7%	11.6%	9.4%	5.4%	6.5%	7.6%	6.7%	6.6%	6.9%	5.7%	5.1%	4.4%	3.5%

*Dependencia: Dependencia por el sector extractivo (PBI extractivo regional / PBI total regional)

**Aporte: Aporte al PBI del sector extractivo nacional (PBI extractivo regional / PBI extractivo nacional de Perú)

Fuente: Ministerio de Energía y Minas

Como observamos, Cajamarca ha disminuido su dependencia por el sector extractivo, diversificando su economía a otros sectores, como servicios, comercio y agricultura. Solo el 22% proviene del sector minero. En este sentido, se puede apreciar que el gran potencial minero de dicha región no ha sido aprovechado, y ello repercute en su nivel de desarrollo humano, tal y como se muestra en la tabla 3, se mantiene como uno de los más bajos del Perú (IDH⁴ de 0.39).

Tabla 3. Índice de Desarrollo Humano a nivel regional 2002-2016

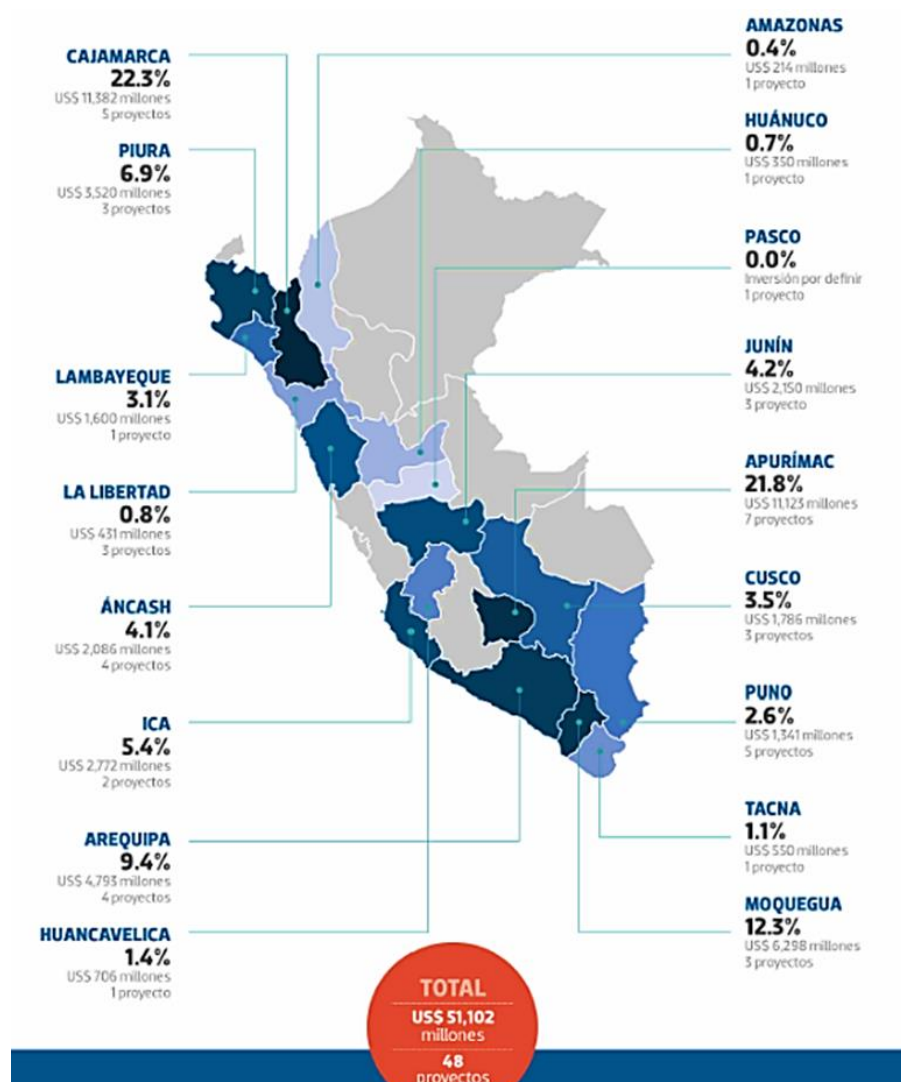
REGIÓN	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Amazonas	0.25	0.28	0.29	0.27	0.30	0.32	0.35	0.37	0.39	0.38	0.40	0.39	0.40	0.42	0.43
Áncash	0.33	0.30	0.33	0.34	0.35	0.37	0.39	0.40	0.43	0.43	0.45	0.45	0.46	0.45	0.47
Apurímac	0.25	0.25	0.28	0.27	0.30	0.29	0.31	0.32	0.35	0.33	0.35	0.38	0.39	0.42	0.41
Arequipa	0.38	0.40	0.39	0.39	0.40	0.44	0.48	0.49	0.50	0.52	0.53	0.54	0.54	0.55	0.56
Áyacucho	0.26	0.26	0.27	0.27	0.27	0.31	0.32	0.34	0.36	0.38	0.38	0.38	0.38	0.41	0.41
Cajamarca	0.29	0.27	0.28	0.29	0.30	0.31	0.33	0.36	0.38	0.39	0.39	0.39	0.38	0.39	0.39
Cusco	0.29	0.27	0.28	0.29	0.31	0.35	0.36	0.39	0.39	0.41	0.43	0.44	0.44	0.44	0.46
Huancavelica	0.24	0.23	0.23	0.22	0.21	0.27	0.28	0.31	0.32	0.33	0.34	0.35	0.33	0.36	0.37
Huánuco	0.23	0.23	0.25	0.25	0.27	0.30	0.32	0.33	0.35	0.36	0.39	0.40	0.40	0.41	0.41
Ica	0.40	0.39	0.43	0.43	0.45	0.41	0.44	0.46	0.47	0.48	0.49	0.50	0.52	0.53	0.53
Junín	0.36	0.34	0.35	0.34	0.36	0.38	0.41	0.41	0.41	0.43	0.45	0.45	0.46	0.47	0.48
La Libertad	0.33	0.33	0.36	0.36	0.36	0.42	0.41	0.44	0.44	0.44	0.46	0.47	0.48	0.48	0.49
Lambayeque	0.38	0.36	0.35	0.34	0.36	0.37	0.38	0.39	0.40	0.41	0.43	0.43	0.45	0.47	0.49
Lima	0.47	0.47	0.46	0.46	0.47	0.49	0.51	0.52	0.52	0.53	0.55	0.56	0.57	0.58	0.60
Loreto	0.33	0.32	0.32	0.32	0.35	0.37	0.39	0.40	0.42	0.42	0.44	0.43	0.45	0.46	0.45
Madre de Dios	0.38	0.38	0.40	0.43	0.45	0.46	0.49	0.51	0.53	0.56	0.57	0.58	0.57	0.55	0.54
Moquegua	0.39	0.41	0.41	0.43	0.45	0.49	0.52	0.53	0.56	0.55	0.59	0.59	0.59	0.59	0.60
Passo	0.31	0.29	0.32	0.33	0.33	0.37	0.39	0.41	0.43	0.42	0.42	0.42	0.42	0.43	0.45
Piura	0.31	0.29	0.31	0.31	0.34	0.35	0.37	0.40	0.40	0.42	0.43	0.43	0.43	0.43	0.44
Puno	0.27	0.27	0.28	0.27	0.28	0.30	0.31	0.33	0.35	0.36	0.38	0.40	0.42	0.40	0.42
San Martín	0.28	0.27	0.29	0.30	0.30	0.36	0.39	0.40	0.42	0.43	0.44	0.43	0.44	0.45	0.45
Tacna	0.39	0.40	0.41	0.42	0.44	0.45	0.48	0.48	0.49	0.49	0.51	0.51	0.52	0.52	0.53
Tumbes	0.35	0.35	0.38	0.40	0.40	0.43	0.41	0.43	0.44	0.46	0.48	0.48	0.49	0.49	0.50
Ucayali	0.34	0.32	0.34	0.36	0.35	0.39	0.40	0.41	0.41	0.44	0.45	0.45	0.44	0.47	0.48
Total Perú	0.38	0.39	0.38	0.38	0.40	0.42	0.44	0.45	0.46	0.47	0.49	0.49	0.50	0.51	0.52

Fuente: Aproximación al IDH, elaborado por el MEM, tomando como base la metodología del PNUD.

⁴ El Índice de Desarrollo Humano (IDH) busca medir el grado de desarrollo de un país o región tomando en cuenta tres dimensiones: salud, educación e ingresos.

Como apreciamos en la figura 4, la cartera estimada de inversión en minería por parte del MEM al 15 de setiembre de 2017, se encuentra compuesta por 48 principales proyectos, entre los que se encuentran las ampliaciones de unidades mineras, los que están en etapa de exploración avanzada, así como los que cuentan con un estudio ambiental aprobado o en proceso de evaluación. En conjunto, estos proyectos ascienden a US\$ 51,102 millones y Cajamarca es una de las regiones con mayor participación, allí se encuentran concentrados el 22.3% de dichos proyectos.

Figura 4. Cartera estimada de proyectos mineros según región del proyecto



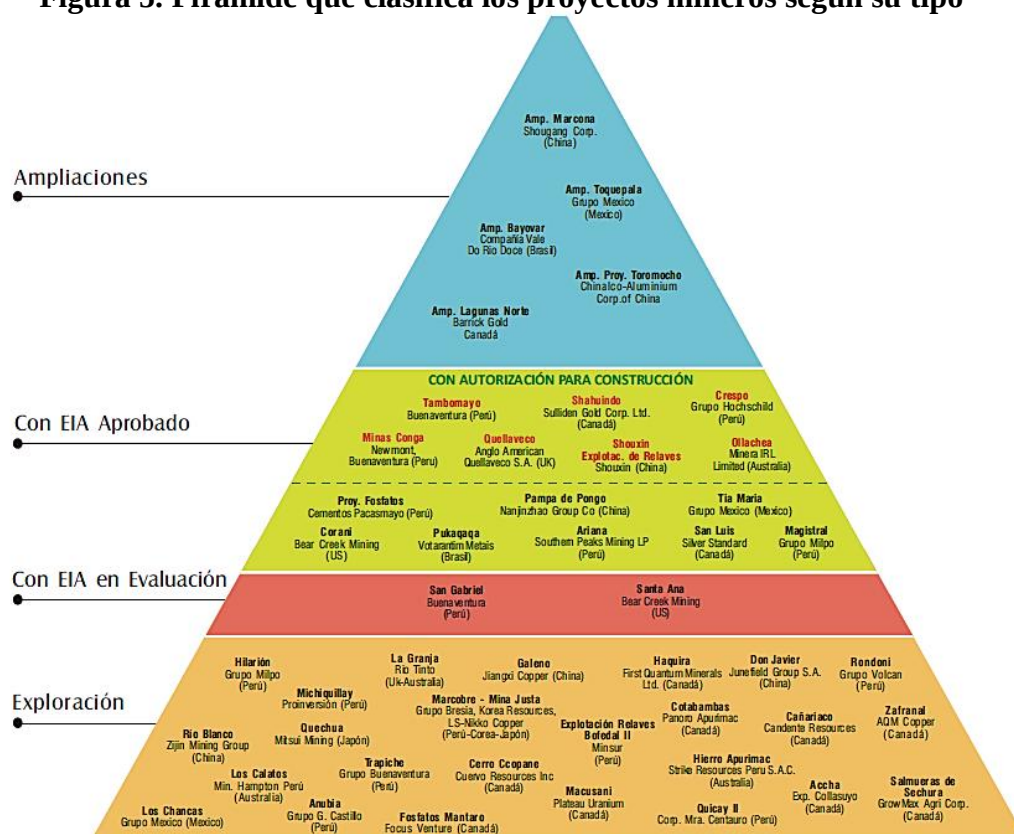
Fuente: Dirección de Promoción Minera del Ministerio de Energía y Minas (15/09/2017)

2. Caso: Proyecto minero Conga

El proyecto minero Conga a cargo de la empresa Minera Yanacocha S.R.L., en su etapa de construcción, representaría US\$4.800 millones de inversión y generaría 6.000 puestos de trabajo directos y en sus primeros dos años aportaría un canon de US\$1.300 millones.

Dicho proyecto fue aprobado en el 2010, y desde ese año hasta la actualidad el MEM tiene registrado al Proyecto Minas Conga con el Estudio de Impacto Ambiental (EIA) aprobado (ver figura 5), por ello está considerado dentro de la cartera de proyectos del sector minero.

Figura 5. Pirámide que clasifica los proyectos mineros según su tipo



Fuente: Ministerio de Energía y Minas, enero 2017.

Sin embargo, luego de aprobarse el EIA se denunció que este proyecto afectaría a 4 lagunas: Azul, Perol, Mala y Chica, que son consideradas como cabeceras de cinco cuencas hidrográficas de las quebradas Alto Chirimayo, Toromacho y Chugurmayo; y los ríos Chailhuagón y Alto Jadibamba.

Yanacocha respondió que construiría 4 reservorios para reemplazar el agua, los cuales abarcarían 3 veces más la capacidad de las lagunas, en favor del consumo humano y las actividades agrícolas. La población no le creyó y es entonces cuando empezó el conflicto.

Según Caballero (2012), los conflictos en contra de los proyectos de exploración minera por el uso de fuentes de agua y la contaminación de las cuencas enfrentan a las comunidades campesinas, los agricultores y las autoridades locales regionales contra las empresas mineras. Como describe, lo que se cuestiona son las concesiones, los derechos sobre el agua y la aprobación de los estudios de impacto ambiental.

En el 2011 los dirigentes declararon que, elegir entre el agua y el oro es lo mismo que escoger entre la vida o la muerte para los pobladores de los distritos de Huasmín y Sorochuco, de la provincia de Celendín, y de Encañada. Ellos rechazan el proyecto minero Conga porque es una amenaza para los recursos hídricos y podría ocasionar contaminación y deterioro ambiental, daños en la salud de las personas, malas políticas en la adquisición de tierras, mal uso del agua e incluso escasez de dicho recurso. Sin agua, dicen los comuneros, se mueren.

Entre todos los actores que han tenido participación en el desarrollo del conflicto hay diversidad de posiciones a favor y en contra de la minería, como las resistencias locales de distintos colectivos con apoyo de organizaciones nacionales y extranjeras. Así tenemos:

Actores primarios: Gregorio Santos, Ex Gobernador Regional de Cajamarca, Frente de Defensa Ambiental de Cajamarca, Frente de Defensa de los Intereses de Cajamarca, asociación civil Plataforma Interinstitucional Celendina (PIC), empresa minera Yanacocha S.R.L. (Proyecto Minero Conga), Municipalidad Distrital de Huasmín, Municipalidad Distrital de Sorochuco, Municipalidad

Provincial de Celendín, Municipalidad Distrital de Bambamarca, Municipalidad Provincial de Cajamarca, Municipalidad Distrital de La Encañada, Ministerio de Energía y Minas, Ministerio del Ambiente, Presidencia de Consejo de Ministros, Defensoría de Pueblo y la Central Única de Rondas Campesinas del Perú (CUNARC-Perú).

Actores secundarios: Autoridad Nacional del Agua, Presidente de la Cámara de Comercio de Cajamarca, Decano del Colegio de Abogados de Cajamarca, Universidad Nacional de Cajamarca, Ministerio del Interior, Ministerio de Inclusión y Desarrollo Social, Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Ministerio de Vivienda y Saneamiento y el Grupo de Formación e Intervención para el Desarrollo Sostenible (GRUFIDES).

Hasta la fecha, Yanacocha no ha realizado actividades extractivas, y como informa la Defensoría del Pueblo en su Reporte de Conflictos Sociales N° 162, el Proyecto minero Conga es un conflicto social activo en el cual no hay diálogo. Además, se han registrado 5 muertos y 118 heridos producto de los paros, el bloqueo de las vías y las protestas que se realizaron para solicitar la inviabilidad del proyecto. Asimismo, a través de los medios de comunicación, la oposición consiguió que el caso Conga fuera conocido a nivel nacional. Así, los peruanos escucharon el caso y elaboraron percepciones tanto positivas como negativas, las cuales canalizaron a través de las redes sociales, como Twitter.

En 140 caracteres y a través de videos y links se pronunciaron centenares de peruanos desde diversas zonas del país, con lo cual #conga se volvió tendencia en Twitter. A pesar de que este conflicto se generó en el 2011, sigue vigente hasta la actualidad, pues cada que algún medio o alguna autoridad hace referencia a reactivar el proyecto, #conga se convierte en tendencia.

a. Cronología del caso

Por lo descrito anteriormente es necesario una cronología, en dónde se presenten los principales acontecimientos ordenados y clasificados para una mayor comprensión de lo que significó Conga y a su vez ofrecer un contexto del caso, desde los hechos más antiguos hasta los más recientes.

Año 2004 - 2007:

En el 2004 se iniciaron las actividades de exploración en los depósitos de Chailhuagón y Perol. En base a dichos resultados, del 2005 al 2007 se iniciaron los estudios de base ambiental (Noticias Ser, 2011, 14 de diciembre).

Año 2008-2009:

En el 2008 se aprobó el Estudio de Impacto Ambiental Semidetallado (EIASd) del proyecto Conga, luego se aplicaron modificaciones al EIASd, mientras que se continuaba con las actividades de perforación (Noticias Ser, 2011, 14 de diciembre).

Año 2010:

La población denunció que este proyecto afectaría a 4 lagunas: Azul, Perol, Mala y Chica que abastecen al río Jadibamba. Frente a esto, Yanacocha manifestó que construiría 4 reservorios para reemplazar el agua de las lagunas, los cuales abarcarían el triple de la capacidad de agua que almacenan las lagunas a favor del consumo humano y las actividades agrícolas. La población no creyó en la propuesta, lo que significó el inicio del conflicto (Noticias Ser, 2011, 14 de diciembre).

Año 2011:

14 de octubre: la población de la Encañada convocó a paro y bloqueó la carretera Cajamarca - Bambamarca. Cuatro días después fueron enviados cerca de cien efectivos de la Dirección Nacional de Operaciones Especiales (DINOES), lo que generó la suspensión del paro (Noticias Ser, 2011, 14 de diciembre).

19 de octubre: cerca de 10 mil personas entre trabajadores de la empresa minera Yanacocha y otros pobladores iniciaron una marcha pacífica en la que pedían que cesen los actos violentos para poder trabajar. (El Comercio, 2011, 19 de octubre).

24 de noviembre: se inició el paro regional indefinido en contra del proyecto y se tomó la carretera Cajamarca-Bambamarca (Noticias Ser, 2011, 14 de diciembre).

29 de noviembre: después de un enfrentamiento entre policías y campesinos que dejó 18 heridos, Yanacocha decidió suspender sus actividades. Sin embargo, esta decisión fue rechazada por el Gobierno Regional de Cajamarca porque su intención era continuar con el paro hasta que el Gobierno Central declare inviable el proyecto Conga (La Republica, 2011, 30 de noviembre).

04 de diciembre: el Gobierno Central decretó en estado de emergencia a cuatro provincias de Cajamarca (Cajamarca, Celendín, Hualgayoc y Contumazá) por 60 días, a fin de reestablecer la paz y el orden interno (Noticias Ser, 2011, 14 de diciembre).

13 de diciembre: el Presidente Regional de Cajamarca, Gregorio Santos, solicitó que se levante el estado de emergencia luego de que oficializó la suspensión del paro regional. (RPP, 2011, 13 de diciembre).

16 de diciembre: el Gobierno Central decidió levantar el estado de emergencia (RPP, 2011, 15 de diciembre).

28 de diciembre: el Presidente Regional, Gregorio Santos dictaminó la Ordenanza Regional No 036-2011, en la que declaró de interés público-regional la protección de las cabeceras de cuenca de Cajamarca y declaró inviable el proyecto minero Conga. Frente a esto, el ex primer ministro, Óscar Valdés, afirmó que el Gobierno Central demandará a Santos, por emitir una ordenanza que extralimita sus funciones (RPP, 2011, 28 de diciembre).

Año 2012:

02 de enero: se reiniciaron las protestas contra el proyecto minero porque nunca se llegó a instalar la mesa de diálogo con el Ejecutivo ni se definió a los interlocutores de este proceso de concertación, según manifestó Gregorio Santos (El Comercio, 2012, 02 de enero).

01 de febrero: comenzó la 'Marcha del agua' en Cajamarca, como una medida de reclamo en defensa de dicho recurso hídrico (La República, 2012, 02 de febrero).

09 de febrero: la 'Marcha del agua' llegó a Lima, previa al paro indefinido del miércoles 11 de abril (La República, 2012, 09 de febrero).

17 de abril: se declaró inconstitucional la Ordenanza Regional No 036-2011, porque el Gobierno Regional de Cajamarca se extralimitó en sus competencias normativas (El Comercio, 2012, 17 de abril).

15 de junio: las protestas continúan y han dejado 70 heridos. Yanacocha aceptó las recomendaciones del peritaje internacional, a fin de reiniciar cuanto antes las actividades de su proyecto aurífero (La República, 2012, 15 de junio).

03 de julio: cinco muertos y treinta heridos, tres de ellos en extrema gravedad por impacto de bala, ha sido el resultado del enfrentamiento en Celendín entre unos doscientos manifestantes opositores al proyecto minero Conga y las fuerzas del Ejército y la Policía Nacional (La República, 2012, 04 de julio).

03 de julio: el Gobierno Central declaró en estado de emergencia a 03 provincias de Cajamarca (Cajamarca, Celendín y Hualgayoc) por 30 días,

en tanto se han suspendido las garantías constitucionales relativas a la libertad y seguridad personales: la inviolabilidad de domicilio (efectivos pueden ingresar a los hogares), así como la libertad de reunión y tránsito (El Comercio, 2012, 04 de julio).

03 de agosto: el Ejecutivo prorrogó el estado de emergencia por 30 días en las mismas provincias, asimismo continuó la suspensión de las garantías constitucionales relativas a la libertad y seguridad personal. Además, se eliminó la inviolabilidad de domicilio, la libertad de reunión y de tránsito (Capital, 2012, 03 de agosto)

Año 2013:

29 de mayo: comuneros retoman las protestas y crean los “guardianes de las lagunas”, con la finalidad de protegerlas y evitar el transvase de sus aguas hacia los reservorios (RPP, 2013, 29 de mayo)

16 de setiembre: Jorge Merino, exministro de Energía y Minas, señaló que el proyecto Conga se ejecutará de todas maneras, porque actualmente hay una mejor relación entre las partes involucradas tras el diálogo entre gobierno, comunidades y empresa (La República, 2013, 16 de setiembre).

03 de octubre: representantes de 32 comunidades en Cajamarca expresaron su respaldo al reinicio del proyecto minero Conga, después de señalar que distintos programas de desarrollo han sido paralizados en los últimos dos años, perjudicando a familias de esa zona (La República, 2013, 03 de octubre).

Año 2014:

16 de enero: Un numeroso grupo de manifestantes marcharon hacia la laguna El Perol, ubicada en la zona de influencia del proyecto minero

Conga, a consecuencia de dicha marcha se registraron dos incidentes violentos, la quema de una caseta de vigilancia y el daño a una antena de telefonía móvil, además fue retenido por los protestantes el trabajador Rivelino Pérez Morocho, quien brindaba seguridad (El Comercio, 2014, 16 de enero).

19 de enero: el expresidente del Consejo de Ministros, Óscar Valdés, afirmó que el Estado peruano debe demostrar más firmeza y seriedad para terminar con las protestas antimineras, pues afectan la imagen del país y reducen las inversiones (La República, 2014, 19 de enero).

03 de febrero: La compañía minera Yanacocha aclaró que las actividades del proyecto Conga están suspendidas desde noviembre de 2011 y que los únicos trabajos que se llevan a cabo son los relacionados a la implementación de reservorios de agua para uso exclusivo de la población (Perú21, 2014, 03 de febrero).

19 de febrero: Unos treinta de ronderos intentaron ingresar a instalaciones de la empresa Yanacocha, pero policías les impidieron el paso desatándose un enfrentamiento, sin embargo se quedaron a vigilar la zona pues denunciaron que la minera trabaja en la apertura de una vía, a lo que esta respondió que son trabajos de apertura de accesos que realiza la empresa como parte de la futura implementación del reservorio Perol, lo cual es parte de los compromisos asumidos con el Gobierno Central (El Comercio, 2014, 19 de febrero).

19 de marzo: Un grupo de antimineros bloqueó la carretera Cajamarca – Bambamarca, luego de una hora de bloqueo la policía pudo retirar las piedras que impedían el tránsito de los vehículos y transeúntes. En simultáneo, efectivos de la Dinotes intervinieron un campamento de los llamados Guardianes de las Lagunas cerca de la laguna Namococha, el ataque produjo heridas leves en algunas personas y a la vez la policía repelió a los manifestantes con bombas lacrimógenas cuando éstos intentaban inspeccionar los trabajos que se vienen realizando cerca de las lagunas Seca y Negra (El Comercio, 2014, 19 de marzo).

07 de mayo: Un grupo de antimineros y organizaciones antepusieron una medida cautelar ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), la misma que rechazó dicha medida en la que se busca dejar sin efecto legal las licencias y derechos otorgados a la empresa minera Yanacocha para ejecutar el megaproyecto minero Conga (El Comercio, 2014, 07 de mayo).

09 de diciembre: Más de dos mil personas, entre pobladores de Cajamarca, Junín, Ica, Chimbote y Lima marcharon desde la Plaza Bolognesi hasta el Parque de la Exposición, en el Centro de Lima bajo el lema 'Somos un río, no solo gotas', además protestaron en contra del proyecto minero Conga (El Comercio, 2014, 09 de diciembre).

Año 2015:

30 de enero: la aeronave que albergaba a la comitiva del presidente Ollanta Humala, en la provincia de Chota, fue apedreada por un grupo de pobladores que no respaldan la actividad minera (RPP, 2015, 30 de enero).

30 de abril: un grupo de ambientalistas y ronderos realizaban una visita a la laguna el Perol cuando un grupo de comuneros arrojaron piedras, una de las cuales alcanzó a un policía, rompiéndole el labio. Fue entonces que la policía lanzó bombas lacrimógenas en contra de la comitiva (El Comercio, 2015, 30 de abril).

01 de mayo: 400 personas llegaron a una de las tranqueras de acceso al proyecto minero Conga con la finalidad de llegar hasta la laguna El Perol, según manifestaron fueron para hacer una inspección a los trabajos de Yanacocha. La situación se complicó cuando los protestantes se enfrentaron a la Policía que intentaba hacerlos retroceder e incluso rompieron una de las tranqueras argumentando libertad de tránsito (América TV, 2015, 01 de mayo).

11 de agosto: La empresa Yanacocha denunció que cerca de la zona del proyecto conga un grupo de 150 manifestantes destruyeron el cerco destinado a proteger a las alpacas y robaron aproximadamente 700 metros de alambre, estacas, geomallas y postes de madera (El Comercio, 2015, 11 de agosto).

21 de octubre: Un grupo de ronderos y dirigentes de Cajamarca quemaron ayer una geomembrana instalada al lado de la laguna El Perol, ubicada dentro de la concesión del proyecto minero Conga (El Comercio, 2015, 21 de octubre).

16 de noviembre: la directora ejecutiva de la ONG Grufides, Mirtha Vásquez Chuquilín, elogió el acercamiento de las empresas mineras con la sociedad civil. Además, dejó abierta la posibilidad de la ejecución del proyecto Conga luego de escuchar las demandas y preocupaciones de la población (La República, 2015, 16 de noviembre).

Año 2016:

01 de febrero: “autoridades, delegaciones de rondas campesinas, comunidades indígenas, frentes de defensa y otras organizaciones de distritos, provincias y de la región se concentrarán el próximo 23 de febrero en la laguna El Perol para tomar acciones contra el proyecto minero Conga. Entre otras acciones, en la asamblea se realizará el retiro de tranqueras colocadas por Yanacocha para bloquear los caminos ancestrales de la zona de impacto de Conga, lo cual no permite que la población se desplace libremente, así lo dio a conocer el consejero regional de Celendín, Walter Castañeda” (RPP, 2016, 01 de febrero)

25 de abril: la minera Yanacocha rechazó las acusaciones que lanzó Máxima Acuña en donde responsabilizó a la empresa de perpetrar un ataque a balazos contra su vivienda en Cajamarca a fin de atemorizar a su familia, sin embargo, horas más tarde su esposo Daniel Chaupe señaló que los balazos fueron en los exteriores de la casa. La Policía informó se

inspeccionó la casa y no hallaron impactos de bala, ni casquillos (El Comercio, 2016, 15 de abril).

26 de abril: Roque Benavides, presidente de Buenaventura, empresa que controla el proyecto Minas Conga junto con Newmont, aseguró que dicho proyecto en Perú ya "no es viable" a corto plazo. Según informó se ha invertido 1.500 millones de dólares, pero el proyecto se paralizó debido a que no es viable socialmente (El Comercio, 2016, 26 de abril).

01 de octubre: Pedro Pablo Kuczynski (PPK) evitó pronunciarse sobre el proyecto minero Conga durante su primera visita a Cajamarca como presidente de la República, sin embargo afirmó que tiene la esperanza de que Galeno pueda empezarse durante su gobierno (El Comercio, 2016, 01 de octubre).

30 de noviembre: La empresa Yanacocha denunció que Autoridades de la provincia de Celendín, así como representantes de rondas campesinas y del Frente de Defensa de Cajamarca, realizaron una asamblea en la zona del proyecto minero Conga donde ingresaron sin previa autorización de la empresa y de forma violenta, se reportó la destrucción de una tranquera del puesto de control de la propiedad (El Comercio, 2016, 30 de noviembre).

Año 2017:

05 de mayo: el alcalde de Celendín, Jorge Urquía Sánchez afirmó que si se reactiva el proyecto Conga, se atizaría nuevamente el conflicto, además se paralizarían desde los proyectos de inversión pública hasta las actividades comerciales, lo cual agravaría la recesión económica en Cajamarca (La República, 2017, 05 de mayo).

09 de agosto: el presidente ejecutivo de Buenaventura, Víctor Gobitz afirmó que no se tiene planeado reactivar el megaproyecto de oro Conga en este o el próximo año, sin embargo si está considerado a mediano y largo plazo, y podría estar incluida en una futura "mirada conjunta" para

desarrollar proyectos en Cajamarca, como el de Galeno de la china Minmetals y Michiquillay, en manos del Estado (El Comercio, 2017, 09 de agosto).

3. Diseño metodológico del análisis de contenido

El análisis de contenido, según lo define López (2002, p. 173), es un “instrumento de respuesta a esa curiosidad natural del hombre por descubrir la estructura interna de la información, bien en su composición, en su forma de organización o estructura, bien en su dinámica”. El objetivo de esta técnica está en el análisis de las palabras y de los símbolos contenidos en las comunicaciones, por ello este método de investigación es el más idóneo para la presente investigación.

Según Bardin (1986, p.7), el análisis de contenido es “un conjunto de instrumentos metodológicos, aplicados a «discursos» (contenidos y continentes) extremadamente diversificados”. Martín (2008) establece que, a través de esta metodología se pueden conocer las características del contenido y de quienes lo producen, extraer inferencias e interpretar el contenido con la finalidad de revelar algo sobre la naturaleza de los oyentes a quienes se dirige.

En la presente investigación, la unidad de análisis lo representan los tweets publicados, así la comprobación de la hipótesis planteada en esta investigación requiere aplicar una metodología de carácter cuantitativa, en concreto, con la técnica de análisis de contenido de dichas unidades.

a. Universo y muestra

El universo de esta investigación lo representan todos los tweets publicados bajo la etiqueta #Conga desde la cuenta de cualquier usuario y desde cualquier parte del mundo. Así tenemos que, en una semana (26/04/16-05/05/16) se pueden publicar alrededor de 301 tweets, como se observa en la figura 6, y en un día (04/05/16), como se puede apreciar en el gráfico 5 se pueden publicar 22 tweets.

Figura 6. Medición del flujo de tweets publicados del 26 de abril 2016 al 05 de mayo 2016



Fuente: <http://analytics.followthehashtag.com>

Gráfico 5. Medición del flujo de tweets publicados el 04 de mayo 2016

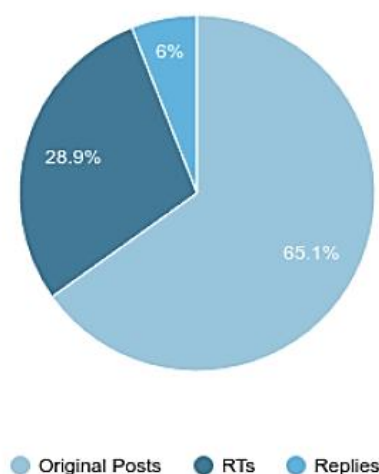


Fuente: www.tweet-tag.com/report.php#

Además, en los datos obtenidos de la medición del flujo de *tweets* publicados del 26/04/16 al 05/05/1626, se destaca que un 65.1% son originales, mientras que un 28.9% son *retweets* y solo un 6% son respuestas (ver gráfico 6). Asimismo, como se recoge en el gráfico 7, el 75% de dichas publicaciones son hechas por varones y el 25% por mujeres.

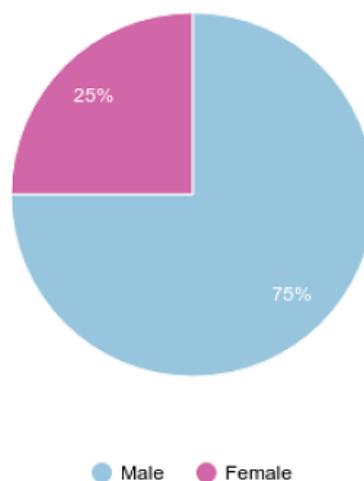
Gráfico 6. Medición del tipo de tweets publicados del 26 de abril 2016 al 05 de mayo 2016

Share of Posts



Fuente: Keyhole

Gráfico 7. Medición de la demografía de quién publicó en Twitter del 26 de abril 2016 al 05 de mayo 2016



Fuente: Keyhole

Así vemos que, Twitter representa un amplio espacio virtual para difundir mensajes, por ello ha sido necesario establecer cuatro filtros que puedan delimitar la muestra a usar para el análisis:

1. Búsqueda de los mensajes haciendo uso del hashtag #conga en Twitter, gracias a su configuración de búsqueda se pueden seleccionar ciertos criterios para delimitar el contenido publicado, así utilizamos como filtro la etiqueta #conga.
2. Delimitación espacio temporal.- se delimitó que solo se analizarían los *tweets* publicados en el ámbito peruano desde el 01 de enero de 2016 hasta el 31 de diciembre de 2016. Consideramos importante el 2016 por ser un año de elecciones, y las campañas marcaron un camino de incertidumbre respecto a las políticas relacionadas al sector minero. Muchas de las propuestas económicas marcaron dos frentes, entre los que afirmaban que incentivarían y reactivarían los proyectos mineros y los que prefieren centrarse en otras actividades económicas, así algunos de los aspirantes a la presidencia hicieron énfasis en su interés por reactivar proyectos mineros como el de Conga, lo cual generó un sinnúmero de reacciones en los peruanos.
3. Identificación de los gestores involucrados en el conflicto.- Se ha determinado que las unidades de análisis solo serán de los actores que usen Twitter para comunicarse con respecto al caso Conga, pues son quienes influyen significativamente el desarrollo del conflicto. Por tanto, es necesario identificarlos para analizar su conocimiento sobre el tema, sus intereses y posiciones, y así determinar si lo que comunican vía twitter influye o afecta las actividades y los resultados de un conflicto. Así tenemos: Instituciones del Estado, Autoridades eclesiásticas, Políticos, Medios de Comunicación, Organizaciones, Minera Yanacocha y Periodistas.
4. Revisión de los perfiles de quienes publicaron con la finalidad de verificar que pertenezcan a la clasificación de gestores descrita en el punto 3, además se extraerán los *tweets* que pertenezcan a cuentas oficiales.

b. Variables

Para el logro de lo antes planteado, es necesario establecer una serie de variables con sus respectivas categorías para luego proceder con el análisis de las mismas en cada *tweet*.

1. **Gestor del tweet publicado**, con esta variable pretendemos conocer quién (es) de los actores involucrados en el conflicto usan Twitter como canal de comunicación tanto a nivel nacional, regional y local. Para ello, se han establecido siete categorías:

1.1 Instituciones del Estado, el Estado y sus instituciones han asumido una posición imparcial frente a la viabilidad de conga pues hay un interés económico en que se desarrolle Conga. Estas Instituciones pueden desarrollar el diálogo con la intención de llegar a un acuerdo.

1.2 Autoridades eclesiásticas, refiere a los miembros de la Iglesia que pertenecen al clero.

1.3 Políticos, las personas dedicadas a hacer actividad política, debido a su posibilidad para movilizar recursos pueden influir en la opinión pública.

1.4 Medios de Comunicación, gracias a su carácter masivo llegan a más personas y con diversos contenidos. En esta categoría se incluyen medios impresos, audiovisuales y digitales.

1.5 Organizaciones, los movimientos, redes o agrupaciones sociales, creadas por dos o más personas para lograr metas u objetivos comunes, usan diversos recursos y canales de comunicación para lograr sus fines.

1.6 Minera Yanacocha, la empresa minera peruana que opera en el país desde 1992 utiliza Twitter como canal de comunicación y medio de difusión de diversas informaciones.

1.7 Periodistas, las personas dedicadas al periodismo, en cualquiera de sus formatos, medios o soportes, ya sea en prensa escrita, radio, televisión o medios digitales. Los cuales pueden influir en la opinión

pública según lo que difunden a título personal y no siguiendo los lineamientos o posturas de algún medio.

Cabe resaltar, que los gestores antes mencionados fueron seleccionados en virtud a su poder de visibilidad, movilidad de recursos y por cuanto son considerados mediadores con representatividad. Ellos están llamados a desarrollar planes estratégicos y operativos, así como a gestar diferentes tipos de acciones o medidas y asumir parte de responsabilidad en la toma de decisiones a fin de resolver el conflicto, por ello se eligieron a dichos gestores y no a los pobladores de Cajamarca.

Para poder mediar en un conflicto con miras a una solución, es necesario que dicha mediación empiece con los gestores, pues las acciones y el diálogo que ellos generen repercutirán en la opinión y la percepción de los pobladores quienes verán que trabajan en conjunto por un bien común.

2. Postura del tweet en relación a la viabilidad de Conga, con esta variable se pretende conocer la tendencia de los *tweets* publicados y así clasificarlos. Pues, los usuarios en sus publicaciones, exponen su pensamiento ante lo suscitado, ya sea corroborando, refutando o matizando. Por eso se han establecido tres categorías:

2.1 A favor, hay actores que por medio de sus publicaciones demuestran su apoyo para la viabilidad de Conga.

2.2 Neutral, algunos usuarios prefieren que los contenidos que difunden sean objetivos y distantes a tomar alguna posición con respecto a lo publicado en sus cuentas, esto significa que sus *tweets* no tienden a inclinarse hacia alguna postura en particular.

2.3 En contra, hay actores que vía Twitter rechazan la viabilidad de Conga y cualquier acción o contenido favorable.

3. **Tono del tweet publicado**, es importante identificar el tono según el contenido de las publicaciones que se difunden sobre conga en Twitter. Por tanto, se han establecido las siguientes categorías:

3.1 Informativo, el único interés del usuario es dar a conocer un hecho o una noticia.

3.2 Dialógico, se busca generar comunicación con otros usuarios a partir de sus publicaciones.

3.3 Técnico, la información que se publica es especializada u orientada hacia un campo científico o profesional específico y requiere de conocimientos técnicos para su entendimiento.

3.4 Emotivo, el contenido está dominado por los sentimientos, emociones y valoraciones personales de quien lo difunde, pudiendo caer en el sensacionalismo.

4. **Lenguaje del tweet publicado**, es fundamentalmente saber qué lenguaje y qué palabras usan los involucrados para comunicarse, pues del tipo de lenguaje que usen en los *tweets* dependerá la percepción que se genere. Se estableció para esta variable tres categorías:

4.1 Formal, los usuarios seleccionan los recursos lingüísticos adecuados, su lenguaje está libre de vulgarismos e incorrecciones léxicas, gramaticales, verbales u ortográficas.

4.2 Coloquial, caracterizado por la falta de planificación, la preferencia por las estructuras simples, carecen de palabras soeces y vulgarismos.

4.3 Vulgar, manifestando así el uso incorrecto de la lengua, poco vocabulario y el empleo de jergas, palabras soeces, apodos, u otros elementos lingüísticos rudimentarios, así como palabras que denigren la condición religiosa, étnica o sexual del autor del *tweet*.

5. **El autor del *tweet* menciona a otro gestor involucrado**, a esta acción se le denomina "mención", quien escribe el *tweet* menciona a otras cuentas al incluir el signo @ seguido directamente por el nombre de usuario. La mención de otro gestor involucrado podría marcar el inicio de un diálogo entre las partes interesadas. Se han establecido las siguientes variables:

5.1 Sí

5.2 No

6. **Links incluidos en el *tweet*: noticias**, se busca conocer si el mensaje que se comparte en Twitter contiene enlaces que dirijan a medios periodísticos digitales en los que se encuentren noticias sobre acontecimientos reales y de interés público.

6.1 Sí

6.2 No

7. **Links incluidos en el *tweet*: análisis**, se comparte una dirección web en donde se encuentra la interpretación de un especialista, quien profundiza sobre un tema o acontecimiento de interés, en dicho análisis se esclarece el contexto, el hecho, las causas, actores y posibles consecuencias facilitando la lectura.

7.1 Sí

7.2 No

8. Links incluidos en el tweet: géneros de opinión, se enlazan links caracterizados por la exposición de textos argumentativos. Los encontramos en los medios impresos o digitales en los que el redactor expresa su punto de vista respecto a un tema en específico, se busca aportar un juicio de valor sobre un acontecimiento de interés para el lector.

8.1 Sí

8.2 No

9. Links incluidos en el tweet: estudios e informes técnicos profesionales, son links que dirigen a investigaciones de campo o bibliográficas en los que se busca informar a profundidad los datos obtenidos. Presentan la información suficiente para que una persona que lo vea por primera vez comprenda de lo que se está hablando.

9.1 Sí

9.2 No

10. Links incluidos en el tweet: entrevistas, al hacer click en dicho link, el usuario encontrará la transcripción de un dialogo entre dos personas: el entrevistador y el entrevistado, dichas entrevistas se encuentran en plataformas digitales. Esta es una técnica usada para recoger datos.

10.1 Sí

10.2 No

11. Links incluidos en el tweet: vídeo complementario, el usuario será redirigido a Youtube. El contenido y la cantidad de información proporcionada en un video influyen en la eficacia de la comprensión sobre un tema y establece un punto de partida para que el espectador amplíe la información observada.

11.1 Sí

11.2 No

12. **Imagen complementaria incluida en el *tweet***, se incluye en el *tweet* publicado una imagen o gráfico que busca atraer la atención con el uso de colores, imágenes o diseños de una forma más visual complementando la publicación, en ocasiones se utilizan para brindar información breve y concisa.

12.1 Sí

12.2 No

13. **Links incluidos en el *tweet*: otra red social**, se pueden incluir links que redirijan a otras cuentas en diversas redes sociales en las que se comparta el mismo contenido, o información relacionada.

13.1 Sí

13.2 No

14. **Retweet compartido en el *tweet***, se comparte en el *tweet* lo publicado por otra persona.

14.1 Sí

14.2 No

15. **Respuesta al *tweet* publicado**⁵, no solo es importante conocer y analizar los *tweets* que emiten los gestores involucrados, sino también cuál

⁵ Cabe mencionar que otra de las respuestas son los Mensajes directos, son mensajes privados que se envían desde una cuenta de Twitter a otra(s) cuenta(s), se emplean para mantener conversaciones privadas o grupales y solo pueden enviarse a personas que nos sigan.

es la respuesta ante las publicaciones. La medición de dichas respuestas nos ayuda a conocer el alcance e impacto que tiene el contenido publicado. Además, como hemos definido en el segundo apartado del primer capítulo, Twitter puede favorecer al diálogo entre las partes involucradas en un conflicto y dicho espacio se genera en las respuestas. Se han determinado como categorías de esta variable:

15.1 Comentario, botón llamado Responder, ubicado junto al *tweet* de otra persona al que se desea dar respuesta.

15.2 Me gusta, los usuarios pueden pulsar el corazón para indicar que les gusta un *tweet* y su autor verá a quién le ha gustado. De esta forma, marcar un *tweet* como Me gusta es una forma de valorar su contenido.

15.3 *Retweet*, si se desea compartir o reenviar un *tweet* de otra cuenta a sus seguidores puede dar click en el botón de *Retweet*. De esta manera, se pueden compartir noticias y demás contenido publicado en Twitter sin perder su atribución original.

16. **Autor de los comentarios del *tweet***, si hay respuestas es importante hacer un conteo de cuántos gestores involucrados (según la delimitación propuesta en el tipo de fuentes) y cuántos no involucrados⁶ responden al *tweet*. Con dicho conteo se pretende conocer si existe diálogo entre las partes interesadas por medio de los comentarios o si existe diálogo entre las personas no involucradas. Se han determinado como categorías de esta variable:

16.1 Gestor involucrado

16.2 Gestor no involucrado

⁶ Los gestores no involucrados son los que no están considerados en la identificación de los involucrados descritos en el tercer filtro, como por ejemplo la comunidad campesina, los pobladores de las diferentes provincias cajamarquinas, los ronderos y el resto de los peruanos.

17. **Interacción generada en los comentarios**, es importante valorar numéricamente cuántos buscan interactuar con el autor del *tweet* abriendo el diálogo entre los involucrados y cuántos interactúan entre los que comentan y no con el autor del *tweet*. Se han determinado como categorías de esta variable:

17.1 Interacción entre quien responde y el autor del *tweet*

17.2 Interacción entre los que responden al *tweet*

18. **Clasificación de los comentarios**, para conocer si hay diálogo hemos considerado importante cuantificar las clases de comentarios. Pues si responden con críticas positivas o con críticas negativas hacia lo publicado marcará el camino del diálogo hacia uno constructivo o uno inexistente, respectivamente. Sin embargo, puede que dicha interacción sea en relación con el autor del *tweet* y no con el contenido, ello también determinará la consecución del diálogo o la carencia del mismo. Se han determinado como categorías de esta variable:

18.1 Responde al *tweet* con una crítica positiva

18.2 Responde con una crítica positiva hacia el autor del *tweet*

18.3 Responde al *tweet* con una crítica negativa

18.4 Responde con una crítica negativa hacia el autor del *tweet*

Cada *tweet* se analizará con el siguiente modelo de formulario:

Formulario para análisis de contenido

1. Gestor del tweet publicado

- a. Instituciones del Estado ()
- b. Autoridades eclesásticas ()
- c. Políticos ()
- d. Medios de comunicación ()
- e. Organizaciones ()
- f. Minera Yanacocha ()
- g. Periodistas ()

2. Postura del tweet en relación a la viabilidad de Conga

- a. A favor ()
- b. Neutral ()
- c. En contra ()

3. Tono del tweet publicado

- a. Informativo ()
- b. Dialógico ()
- c. Técnico ()
- d. Emotivo ()

4. Lenguaje del tweet publicado

- a. Formal ()
- b. Coloquial ()
- c. Vulgar ()

5. El autor del tweet etiqueta a otra fuente involucrada

- a. Sí ()
- b. No ()

6. Links incluidos en el tweet publicado: noticias

- a. Sí ()
- b. No ()

7. Links incluidos en el tweet publicado: análisis

- a. Sí ()
- b. No ()

8. Links incluidos en el tweet publicado: géneros de opinión

- a. Sí ()
- b. No ()

9. Links incluidos en el tweet publicado: estudios e informes técnicos profesionales

- a. Sí ()
- b. No ()

10. Links incluidos en el tweet publicado: entrevistas

- a. Sí ()
- b. No ()

11. Links incluidos en el tweet publicado: video complementario

- a. Sí ()
- b. No ()

12. Imagen complementaria incluida en el tweet

- a. Sí ()
- b. No ()

13. Links incluidos en el tweet publicado: otra red social

- a. Sí ()
- b. No ()

14. Retweet compartido en el tweet

- a. Sí ()
- b. No ()

15. Respuesta al tweet publicado

- a. Comentario _____
- b. Me gusta _____
- c. Retweet _____

16. Autores de los comentarios en el tweet

- a. Gestor involucrado _____
- b. Gestor no involucrado _____

17. Interacción generada en los comentarios

- a. Interacción entre quien responde y el autor del Tweet _____
- b. Interacción entre los que responden al Tweet _____

18. Clasificación de los comentarios

- a. Responde al Tweet con una crítica positiva _____
- b. Responde con una crítica positiva hacia el autor del Tweet _____
- c. Responde al Tweet con una crítica negativa _____
- d. Responde con una crítica negativa hacia el autor del Tweet _____

Una vez delimitados los filtros para obtener la muestra, en Twitter se usó el hashtag #conga en el buscador, se especificó el marco temporal (del 01 de enero de 2016 al 31 de diciembre de 2016) y luego se procedió a aplicar el formulario a cada *tweet* extraído. Para el procesamiento de los resultados, se tabularon todos los datos empleando Microsoft Excel 2013 para poder elaborar las tablas y gráficos. Luego, se procedió a la distribución absoluta y porcentual, para finalmente concluir con el análisis e interpretación de los resultados.

CAPÍTULO III:

VALORACIÓN DE LOS MENSAJES DIFUNDIDOS POR LOS INVOLUCRADOS EN EL CONFLICTO

1. Resultados obtenidos por el análisis de contenido

Los resultados de la presente investigación se han dividido según las variables, de tal manera que, el lector pueda apreciar de manera íntegra cada variable estudiada. A continuación, se presentan los resultados de la investigación. Con esto se espera que el lector pueda validar el análisis y la interpretación de los datos y pueda, a su vez, aprovechar los resultados obtenidos para futuros conflictos sociales.

El primer aspecto se evaluó para saber quiénes de los gestores antes mencionados realizaron publicaciones. Tal y como se puede ver en el gráfico 8, un 31.3% son periodistas, seguido de un 30.9% que representan los medios de comunicación. La minera Yanacocha representa al 19.5%, además, un 17.2% de las publicaciones provienen de las organizaciones, frente a una minoría de políticos y una total ausencia de publicaciones por parte de las Instituciones del Estado y las Autoridades eclesiásticas.

Gráfico 8. Gestor del tweet publicado

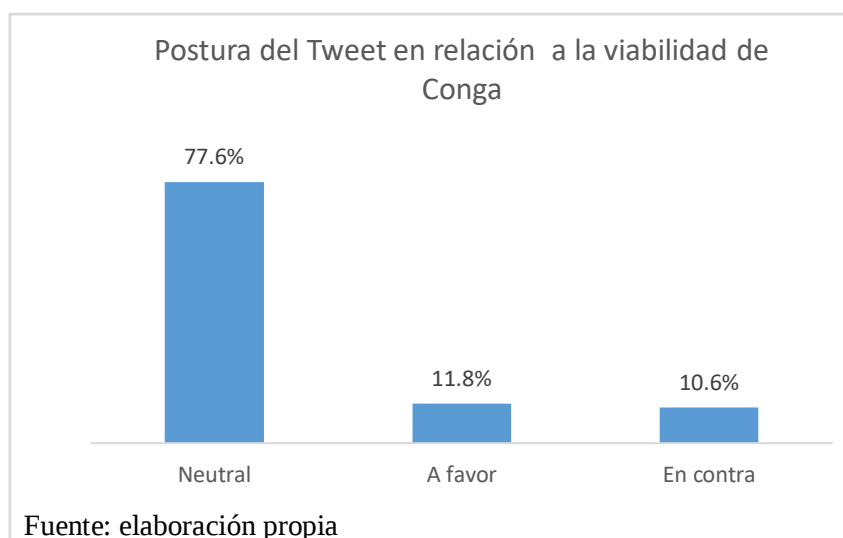


Fuente: Elaboración propia

El primer dato recogido es que la mayoría de los tweets provienen de los periodistas y de los medios de comunicación. Asimismo, la Minera Yanacocha evidencia un constante uso de Twitter. Las Organizaciones han demostrado también aprovechar este medio para publicar sobre Conga. En el 2016, el Estado no se manifestó a través de alguna de sus Instituciones, ni las Autoridades eclesiásticas hicieron referencia al caso minero en Twitter. A su vez, los políticos pese a estar en campaña electoral y cercanos a las elecciones no hicieron muchas publicaciones al respecto (solo 1.2%).

Con respecto a la postura de los tweets publicados, más de la mitad son neutrales, mientras que un 11.8 % está a favor de la viabilidad de Conga y un 10.6 % en contra (ver gráfico 9).

Gráfico 9. Postura del tweet publicado en relación a la viabilidad de Conga



La tendencia de los *tweets* en su mayoría es neutral, tanto a favor como en contra mantienen un porcentaje muy cercano. Sin embargo, es importante conocer que gestores son los que publican a favor y quienes en contra y ello se aprecia en la tabla 4, en la que se ha cruzado la información de los gráficos 8 y 9.

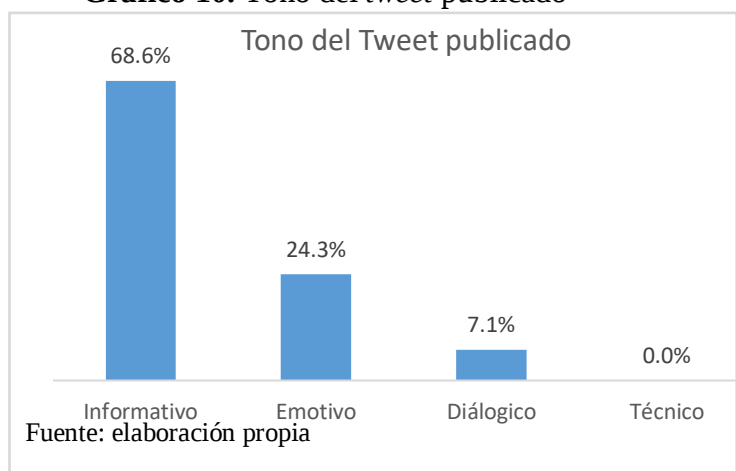
Tabla 4. Cruce de variables: Gestores-Posturas de los tweets

Gestores de los Tweets Publicados	Postura de los tweets			Total
	A favor	Neutral	En contra	
Instituciones del Estado	0	0	0	0
Autoridades eclesíásticas	0	0	0	0
Políticos	0	0	3	3
Medios de comunicación	2	74	3	79
Organizaciones	1	35	7	43
Minera Yanacocha	24	26	0	50
Periodistas	3	63	14	80
Total general	30	198	27	255

Fuente: Elaboración propia

Pese a que los medios de comunicación deben tener una postura neutral, vemos que tres de ellos están en contra de la viabilidad de Conga y 2 de ellos publican a favor. Asimismo, vemos que solo una organización publicó a favor, 7 de ellas publicó en contra y la mayoría de forma neutral. Con respecto a la tendencia en los contenidos de los periodistas, 14 de ellos lo hizo en contra y 3 a favor del proyecto.

Referido al tono del *tweet* publicado tenemos que, cerca al 70% son informativos, seguido de un 24.3 % que son emotivos, mientras que del tono técnico no han sido publicados y solo un 7 % han sido dialógicos (ver gráfico 10).

Gráfico 10. Tono del tweet publicado

Casi el 70% de los *tweets* publicados informan sobre el caso como se puede apreciar en la imagen 1. Es importante resaltar que abunda la reiteración de mensajes informativos, muchos medios publican lo mismo. Además, estos gestores aportan datos más no valoraciones sobre los mismos hechos, razón por la que el porcentaje de *tweets* emotivos y dialógicos es bajo.

Imagen 1. Modelo de reiteración de mensajes en tweets publiados



Pese a que el conflicto requería establecer el diálogo en cualquiera de sus formas la tabla 5 muestra que, solo 7 publicaciones dialógicas provienen de periodistas, 5 de la Minera, 2 por parte de diversas organizaciones y 4 generados por los medios de comunicación. Además, en la tabla 5 podemos observar que las únicas publicaciones hechas por los políticos (3) son de tono emotivo y ninguno de carácter técnico.

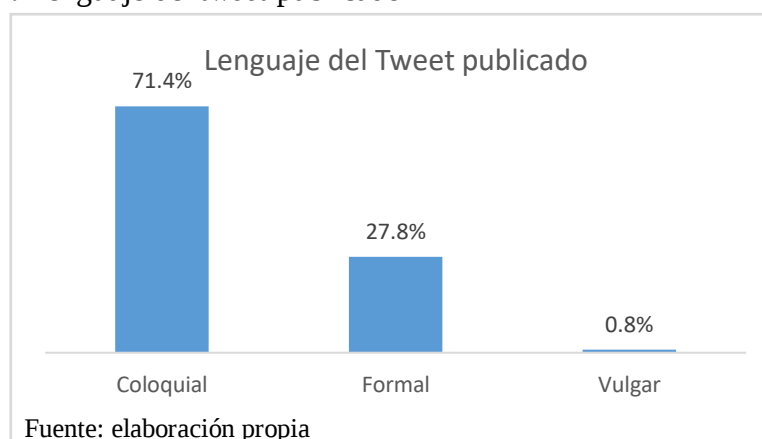
Tabla 5. Cruce de variables: Gestores-tono del tweet

Gestores de los Tweets Publicados	Tono del tweet publicado				Total
	Informativo	Diálogo	Técnico	Emotivo	
Instituciones del Estado	0	0	0	0	0
Autoridades eclesiásticas	0	0	0	0	0
Políticos	0	0	0	3	3
Medios de comunicación	69	4	0	6	79
Organizaciones	33	2	0	8	43
Minera Yanacocha	35	5	0	10	50
Periodistas	38	7	0	35	80
Total general	175	18	0	62	255

Fuente: elaboración propia

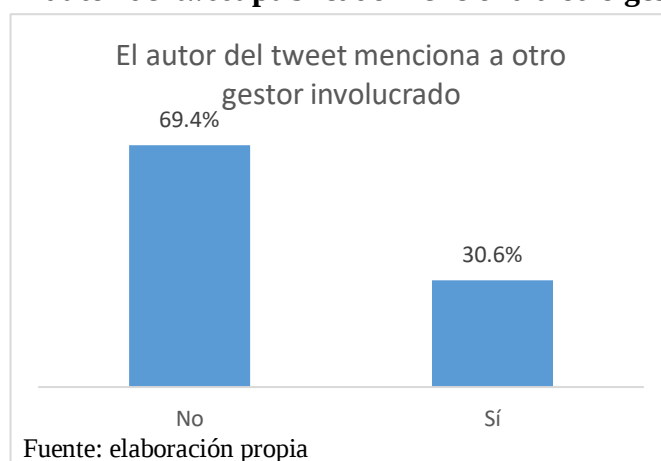
En los 255 *tweets* analizados casi no se ha utilizado lenguaje vulgar, al contrario, la mayoría de ellos hacen uso de un lenguaje coloquial y una minoría cercana al 30 % utiliza el formal (ver gráfico 11). Es positivo saber que el porcentaje más bajo es el del lenguaje vulgar, pues de ser de otro modo el diálogo que podría generarse sería negativo y poco constructivo, pues dicho lenguaje incluye jergas, insultos y malas formas.

Gráfico 11. Lenguaje del *tweet* publicado



El 69.4 % de los *tweets* publicados no incluyen ninguna mención a algún otro gestor involucrado, solo el 30. 6% sí lo hace (ver gráfico 12).

Gráfico 12. El autor del *tweet* publicado menciona a otro gestor involucrado



Como bien se sabe, el inicio para el diálogo es que haya dos personas que haciendo uso de un canal o vía, en este caso Twitter, entablen comunicación, para ello el gestor involucrado que publica puede incluir a otro gestor en su mensaje, lo cual supone una respuesta de aquel a quien etiqueto y así se inicia un diálogo entre ellos. Sin embargo, como demuestra la tabla 6, en la mayoría de los *tweets* no se etiqueta. Los periodistas son los que más etiquetan a otros gestores, como se puede apreciar a manera de ejemplo en la imagen 2.

Tabla 6. Cruce de variables: Gestores-etiqueta en los tweet de otros gestores

Gestores de los Tweets Publicados	El autor del tweet menciona a otro gestor		Total
	Sí	No	
Instituciones del Estado	0	0	0
Autoridades eclesiásticas	0	0	0
Políticos	0	3	3
Medios de comunicación	26	53	79
Organizaciones	12	31	43
Minera Yanacocha	5	45	50
Periodistas	35	45	80
Total general	78	177	255

Fuente: Elaboración propia

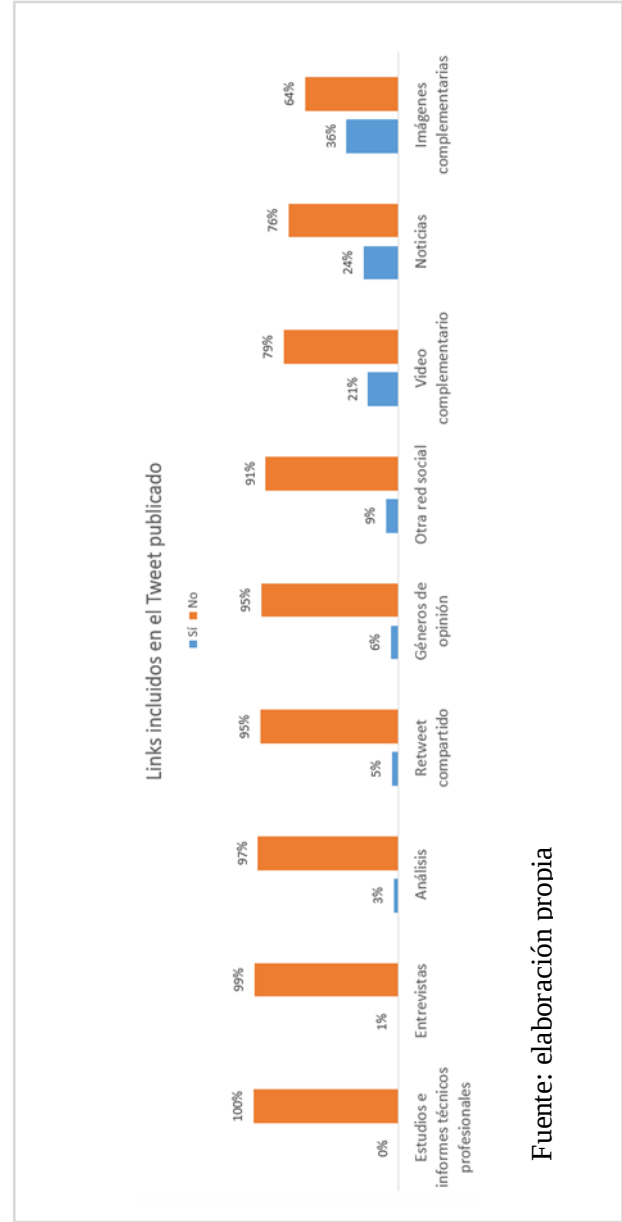
Imagen 2. Publicación del periodista Rubén Tello



Fuente: Twitter

La mayor parte de *tweets* publicados incluyen imágenes complementarias, seguido de un 24 % que acompaña sus *tweets* con noticias y un 21% complementa sus *tweets* con videos. Ninguno de los gestores enlazó estudios e informes técnicos profesionales, además, solo se compartieron 2 entrevistas y 8 análisis. El 9 % de los *tweets* publicados redirigían a otras redes sociales (como Facebook) y el 5 % de ellos eran *retweets* (ver gráfico 13).

Gráfico 13. Links incluidos en el *tweet* publicado

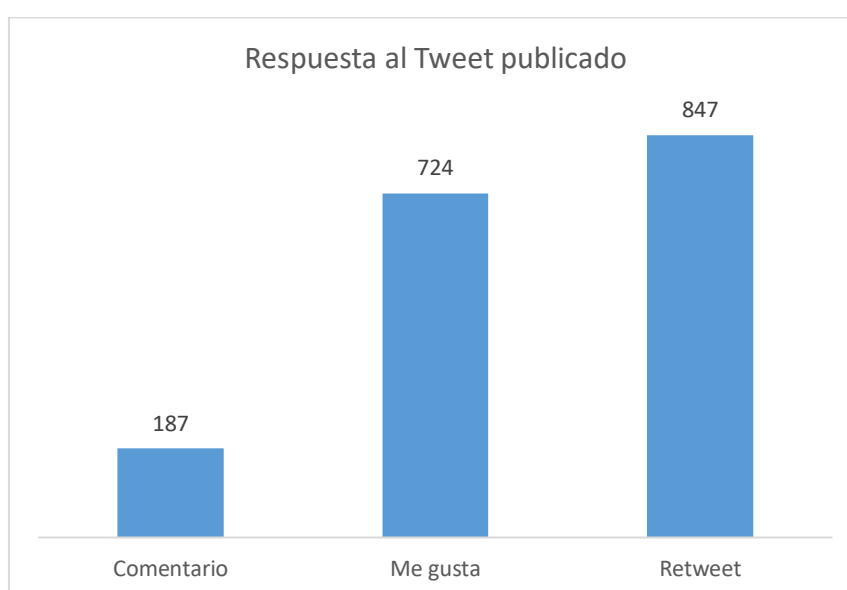


Twitter permite compartir enlaces que redirigen a otros sitios web, con lo cual un usuario lee un *tweet* y encuentra que al final del texto hay un link recortado, le da click y automáticamente se abre una página web con información

relacionada. En este caso, la mayor parte de enlaces incluidos en las publicaciones redirigen a portales de noticias, a Youtube o incluyen imágenes en el mismo *tweet*.

De los 255 tweets analizados, se han generado 847 retweets, 724 me gusta, pero solo 187 comentarios (ver gráfico 14).

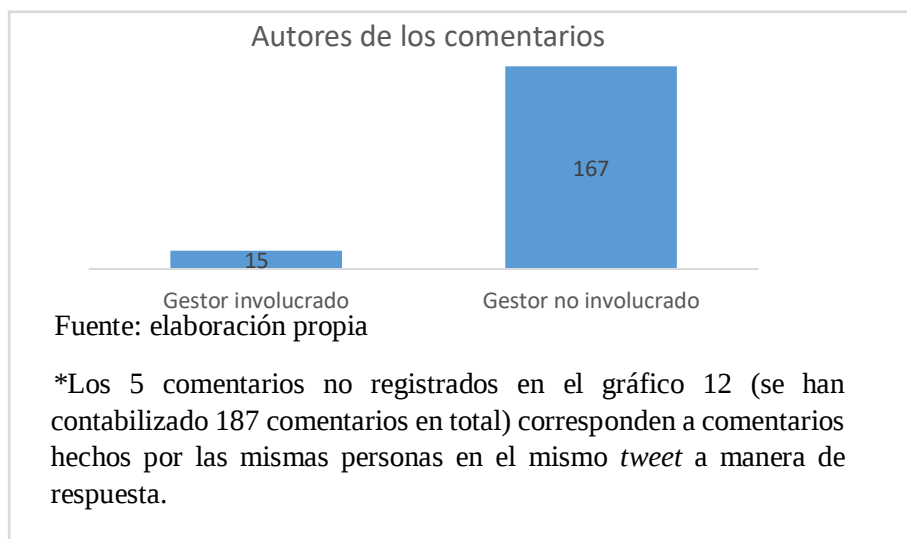
Gráfico 14. Respuesta al *tweet* publicado



Fuente: elaboración propia

Como se observa en el gráfico anterior, predominan los *retweet* y los me gusta como respuesta a las publicaciones, mas no los comentarios. Este silencio frente a lo que se publica se convierte en uno de los aspectos más preocupante y ello supone la ausencia de diálogo que se puede producir en los comentarios.

Además, se encontró que la mayoría de las respuestas a los tweets publicados (ver gráfico 14) provienen de gestores no involucrados, solo 15 comentarios son de gestores involucrados (ver gráfico 15).

Gráfico 15. Autores de los comentarios

Otro aspecto a tener en cuenta en el análisis es la falta de respuesta e interacción por parte de los gestores involucrados, esto demuestra que en dichas publicaciones la comunicación oficial casi no existe.

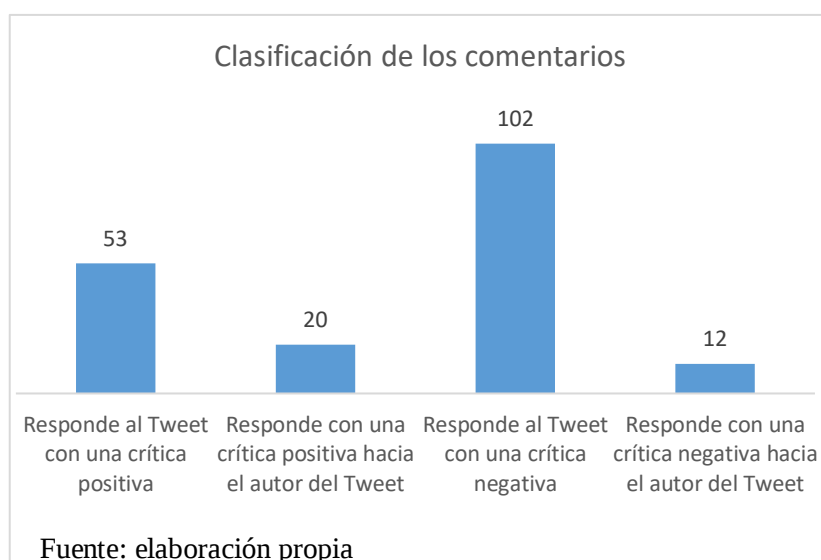
Solo 6 de los comentarios son interacciones entre los autores del *tweet* (ref. gráfico 15), esto quiere decir que se produce un diálogo entre las personas que comentan la publicación, los demás responden directamente al autor de dicho *tweet* (ver gráfico 16).

Gráfico 16. Interacción generada en los comentarios

El gráfico anterior demuestra que, la mayoría de los comentarios son respuestas a lo publicado, lo que significa que solo hay un comentario por persona, mas no se genera un comentario-respuesta entre las demás personas que comentan. Para un diálogo es importante que alguien diga algo y la otra persona responda a ese algo y vuelva a repetirse ese ciclo de comentario-respuesta, pero si solo se responde una vez a lo dicho, el ciclo termina y no se genera una conversación.

De los comentarios, se concluye que 102 de ellos son críticas negativas hacia el contenido del tweet y 12; hacia el autor. Solo 53 comentarios son positivos y 20 lo son con el autor del tweet (ver gráfico 17).

Gráfico 17. Clasificación de los comentarios



Como se observa en el gráfico anterior, predominan los comentarios desfavorables hacia el contenido del tweet. Las principales críticas realizadas por los usuarios van en contra de lo que se dice y solo unos pocos comentarios (12) van en contra del gestor que publica. La mayoría de dichas respuestas han sido emitidas por usuarios no incluidos en la clasificación de gestores involucrados, y el contenido de dichos comentarios son percepciones negativas sobre lo relacionado con el conflicto y más aún en contra de las propuestas de hacer viable a Conga en los siguientes cinco años.

2. Twitter y la difusión de mensajes alternativos para el diálogo

El diálogo, característica innata de los seres humanos, se perfila como vía para la solución de los conflictos, pues favorece el intercambio de opiniones y puntos de vista con la intención de llegar a la resolución o cuando menos a establecer unos acuerdos mínimos entre los involucrados. Para ello es necesario un espacio para el diálogo y Twitter ha evolucionado tanto que se ha convertido en canal y escenario de una gran producción informativa de los conflictos en el Perú, que a diferencia de los medios tradicionales rompe el discurso unilateral permitiendo el diálogo entre los tuiteros. Asimismo, permite reunir a las partes y sirve como acta en la cual quedan registradas las voluntades de las partes. Además, es considerada una plataforma de comunicación, con la cualidad de establecer relaciones sociales con otros usuarios.

Pese a lo anteriormente descrito y a lo expuesto en el primer capítulo de la presente investigación, el análisis de contenido realizado demuestra que Twitter no se ha utilizado como una de las vías de comunicación en el conflicto #Conga. Los porcentajes del tono de *tweets* publicados demuestran que existió muy poca intención por entablar el diálogo entre los gestores (solo 7.1% de los *tweets* son de tono dialógico). Por medio de Twitter, todos los gestores pueden publicar e interactuar, con lo cual pueden tener una participación mucho más protagónica, debido a que con el estudio realizado se ha comprobado la poca presencia en el transcurso del conflicto de algunos gestores (como las instituciones del Estado y las autoridades eclesásticas que su participación ha sido de 0%).

Si los actores externos al conflicto ven que los gestores entablan un diálogo y responden a las etiquetas, entonces la percepción podría inclinarse hacia que se persigue un bien común, de forma que el conflicto quede inactivo y Twitter puede servir como una de las vías para que los gestores dialoguen y expongan informaciones de diferente índole relacionados con el proyecto minero.

CONCLUSIONES

Primera.

Inmersos en la era digital en donde las redes sociales constituyan un punto de encuentro para todos, Twitter se ha convertido en una plataforma de comunicación digital con las potencialidades propias de una red social, donde se pueden entablar diálogos, compartir contenidos e hipervínculos de forma gratuita, con mayor capacidad de difusión, de forma inmediata y desde cualquier parte del mundo. El diálogo que se produce en Twitter hace posible el intercambio de conocimientos e informaciones que pueden contribuir al mejor conocimiento del contexto en el que se desarrolla un conflicto.

Segunda.

Conga representa un conflicto social que se ha alargado a través de los años, razón por la cual hasta la fecha permanece como un conflicto latente en el que no hay diálogo, ni se tiene prevista una solución. Es posible que pueda convertirse nuevamente en un conflicto activo o que aparezcan nuevos escenarios de conflictividad, por ello es importante el accionar de los gestores involucrados. Para ellos se debe recordar que, las motivaciones de dichos gestores son diversas y sus conductas giran en torno a sus intereses. Por eso es recomendable la comunicación efectiva a través de Twitter, pues supone un espacio digital de intercambio de opiniones e informaciones entre los gestores involucrados en el conflicto social.

Tercera.

En relación al proyecto minero, se ha evidenciado un gran predominio de los contenidos informativos por encima de los dialógicos, emotivos o técnicos. Sin embargo, en dichos contenidos hay muy poca información exclusiva, abunda la reiteración de informaciones. Esto resta diversidad pero contribuye a la creación de percepciones y corrientes de opinión.

Cuarta.

Para una mejor comprensión de los hechos suscitados en el conflicto se necesita proporcionar información clara y actualizada, facilitar imágenes y vídeos como apoyo audiovisual que faciliten la comprensión, monitorear los comentarios y contestar a los mismos, sobre todo para que se generen procesos de comentario-respuesta que tiendan al diálogo.

Quinta.

Se ha comprobado que Twitter se utiliza como canal de difusión de diversas informaciones, pero no se aprovechan sus características como espacio de participación y diálogo entre los gestores involucrados en un conflicto, los mismos que tienen a su disposición una gama de herramientas de comunicación tanto digitales como no digitales. Los gestores siguen apostando por los medios tradicionales sin tomar en cuenta que la mitad de la población mundial tiene acceso a internet y es ahí donde pueden encontrarlos y llegar a ellos. Por lo tanto son necesarias más propuestas de prácticas efectivas de comunicación y mediación para que se aprovechen las potencialidades de Twitter.

BIBLIOGRAFÍA

Alonso, J., Figuerola, C., Zazo, A. (2015). Propuesta de índice de influencia de contenidos (Influ@RT) en Twitter. *Scire: Representación y organización del conocimiento*, Vol. 21, N°1, 21-26. Recuperado el día 29 de marzo de 2016, de <http://goo.gl/a6adUY>

Anthoine, G. (2011). Las redes sociales: ¿las nuevas tecnologías de comunicación para la educación y sensibilización ambiental del mañana? *Centro Nacional de Educación Ambiental*, 1-14. Recuperado el día 06 de febrero de 2017, de <https://goo.gl/OSPWwo>

Arrabal, G. (2016). Comunicar en 140 caracteres: Cómo usan Twitter los comunicadores en España. *Comunicar*, N° 46, 9-17. Recuperado el día 29 de marzo de 2016, de <https://goo.gl/mVNjDv>

Atarama, T. y Cortez, C. (2015). La gestión de la reputación digital en las universidades: Twitter como herramienta de la comunicación reputacional en las universidades peruanas. *Revista de comunicación*, N° 14, 26-47. Recuperado el día 30 de marzo de 2016, de <http://goo.gl/XzNcXs>

Avella, V. y Delgado, V. (2015). Aprender a usar twitter y usar twitter para aprender. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, vol. 19, n° 1, 365-378. Recuperado el día 14 de abril de 2016, de <https://goo.gl/jrDZLv>

Bardin, L. (1986). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal. Recuperado el día 08 de febrero de 2017, de <https://goo.gl/3jQEYX>

Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, n° 1, 210-230. Recuperado el día 10 de febrero de 2017, de <https://goo.gl/2pWnw2>

Brito, J., Laaser, W. y Toloza, E. (2012). El uso de redes sociales por parte de las universidades a nivel institucional. Un estudio comparativo. *RED, Revista de Educación a Distancia*, nº 32, 1-38. Recuperado el día 15 de octubre de 2016, de <https://goo.gl/oOT7Bv>

Caballero (2012). *Conflictividad social y gobernabilidad en el Perú*. Bolivia: PNUD. Recuperado el día 20 de marzo de 2017, de <https://goo.gl/iNox6y>

Cárcar, J. (2015). Las redes y los movimientos sociales ¿una acción colectiva o marketing viral? *Icono14*, Vol. 13, Nº 1, 125-150. Recuperado el día 03 de mayo de 2016, de <https://goo.gl/osdylz>

Carrera, P., Sainz de Baranda, C., Herrero, E., y Limón, N. (2012). Journalism and Social Media: How Spanish Journalists Are Using Twitter. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Nº 18, 31-53. Recuperado el día 29 de marzo de 2016, de <https://goo.gl/QT0U0>

Carrera, P., Herrero, E., Limón, N., Sainz de Baranda, C., y Ocaña, E. (2012). ¿Quién soy yo y quién eres tú? ¿Están transformando las redes sociales la imagen que los periodistas radiofónicos españoles tienen del público? *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Nº Extra 18, 223-231. Recuperado el día 29 de marzo de 2016, de goo.gl/9TuQOV

Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0*. España: Grupo Planeta. Recuperado el día 27 de octubre de 2016, de <https://goo.gl/DKlVTW>

Dans, E. (2011). *Todo va a cambiar. Tecnología y evolución*. Barcelona: Deusto

De Armas, M. (2003). La mediación en la resolución de conflictos. *Educación*, nº 32, 125-136. Recuperado el día 11 de febrero de 2017, de <https://goo.gl/2lxvkL>

Dirección de Promoción Minera del Ministerio de Energía y Minas (2017, setiembre, 18). Minería: gran motor de desarrollo humano. *Boletín Estadístico Minero*. Recuperado el día 26 de setiembre de 2017, de <https://goo.gl/zWWgS8>

Fainhole, B. (2011). Un análisis contemporáneo del Twitter. *RED-Revista de Educación a Distancia*, N°26, 1-12. Recuperado el día 20 de mayo de 2016, de <http://goo.gl/m1gMKv>

Fuquen, M. (2003) Los conflictos y las formas alternativas de resolución. *Tabula Rasa*, N° 1, 265-278. Recuperado el día 20 de mayo de 2016, de <http://goo.gl/rMqlXk>

García, S., O'Mahony, M., Smyth, B. (2012). Mining the real-time web: A novel approach to product recommendation. *Knowledge-Based Systems*, Vol. 29, 3-11. Recuperado el día 10 de mayo de 2016, <http://goo.gl/w57CYr>

Genes. (2012). *Libro de Twitter. Conectados en 140 caracteres*. Recuperado el día 15 de febrero de 2017, de <https://goo.gl/JR6UcQ>

González, C., Fanjul, C., y Cabezuelo, F. (2015). Uso, consumo y conocimiento de las nuevas tecnologías en personas mayores en Francia, Reino Unido y España. *Comunicar*, N° 45, 19-28. Recuperado el día 05 de mayo de 2016, de <http://goo.gl/BmiSY3>

Grupo Adslzone. (2017, 09 de Febrero). *Twitter decepciona con sus resultados y gana sólo un 4% de usuarios en 2016*. Recuperado el día 20 de marzo de 2017, de <https://goo.gl/HeIfy8>

Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Rev. Reflexiones*, vol. 91, n° 2, 121-128. Recuperado el día 09 de febrero de 2017, de <https://goo.gl/c1flyF>

Isari, D. y Pontiggia, A. y Virili, F. (2016). Working with tweets vs. working with chats: An experiment on collaborative problem solving. *Computers in Human Behavior*, N° 58, 130-140. Recuperado el día 01 de abril de 2016, de <http://goo.gl/9IAz>

Kwak, H., Lee, Ch., Park, H. y Moon, S. What is Twitter, a Social Network or a News Media? En: *World Wide Web Conference Committee (IW3C2), North Carolina, 26–30 abril de 2010. USA: Raleigh 591-600*. Recuperado el día 17 de abril de 2016, de <https://goo.gl/It9lsG>

López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *XXI. Revista de Educación*, N° 4, 167-180. Recuperado el día 08 de febrero de 2017, de <https://goo.gl/dfaHBU>

Martín, R. (2008). *Estadística y metodología de la investigación*. Recuperado el día 08 de febrero de 2017, de <https://goo.gl/P031ce>

Martínez, F. (2014). *Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales*. Disertación doctoral. Madrid: Universidad Complutense. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, de <https://goo.gl/0iwb7S>

Mejía, J. (2016). *Diferencias entre Facebook, Instagram y Twitter ¿Qué tipo de contenido es mejor para cada uno?* Recuperado el día 04 de marzo de 2017, de <https://goo.gl/X9zX3j>

Minera Yanacocha S.R.L. (2010) *Proyecto Conga: Estudio de Impacto Ambiental. Informe final*. Recuperado el día 13 de marzo de 2016, de <https://goo.gl/ShkA5b>

Montaner, M. (2011). La gestión de las PR a través de twitter. *Cuaderno. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, N° 35, 31-42. Recuperado el 13 de junio de 2016, de <https://goo.gl/IbGdjW>

Moya, M. y Herrera, S. (2015). ¿Cómo puede contribuir twitter a una comunicación política más avanzada? *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, Vol. 191, N° 774, 1-14. Recuperado el día 26 de abril de 2016, de <http://goo.gl/HrjUBQ>

Nicolau, L. (2011). *El diálogo y su uso en la solución de conflictos, estudio de caso: conflicto de tierras (base militar # 20, el Quiché) (tesis de pregrado)*. Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala.

O'Reilly, T. y Milstein, S. (2011). *The Twitter book*. EE.UU: O'Reilly Media, Inc. Recuperado el día 01 de mayo de 2016, de <http://goo.gl/rXe6DO>

Orientados. (2006). La mediación en la resolución de conflictos. Recuperado el día 11 de febrero de 2017, de <https://goo.gl/o3Qr4f>

Orihuela, J. (2011). *Mundo Twitter: una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red*. Barcelona: Aliena.

Pérez, F. (2015). La “tercera revolución digital”: Tecnologías con rostro humano y evaluación antropológica. *Revista de Comunicación*, Vol. XIV, 100-113. Recuperado el día 31 de marzo de 2016, de <http://goo.gl/PEKDQO>

Simelo, N. y Molina P. (2014). Comunicación pública y participación ciudadana: El uso de Twitter en los ayuntamientos de Cataluña. *Historia y Comunicación Social*, Vol. 19, N° Esp. Febrero, 479-490. Recuperado el 10 de setiembre de 2017, de <https://goo.gl/WGyCU5>

Suares, M. (1996). *Mediación: conducción de disputas, comunicación y técnicas*. Buenos Aires: Paidós.

Tumasjan, A., Sprenger, T. O., Sandner, P. G. y Welpe, I. M. (2010). Predicting elections with twitter: What 140 characters reveal about political sentiment.

Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, 178-185. Recuperado el día 12 de mayo de 2016, de <https://goo.gl/79Ovz>

LINKOGRAFÍA

América Tv. (2015, 01 de mayo). *Cajamarca: ambientalistas y policías se enfrentaron en la zona del proyecto Conga*. Recuperado el día 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/S4ofzD>

Cadena SER. (2017, 09 de Febrero). *Twitter redujo sus pérdidas en 2016, pero frenó el crecimiento de ingresos y usuarios*. Recuperado el día 20 de marzo de 2017, de <https://goo.gl/IN9uUZ>

Capital. (2012, 03 de agosto). *Prorrogan Estado de Emergencia en Cajamarca por 30 días más*. Recuperado el 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/Whd9kM>

Defensoría del Pueblo (2012). *Informe Defensorial N° 156: Violencia en los conflictos sociales*. Recuperado el día 28 de abril de 2017, de <https://goo.gl/kGDnjV>

Defensoría del Pueblo. (2017, agosto). *Reporte de Conflictos Sociales N° 162*. Recuperado el día 20 de setiembre de 2017, de <https://goo.gl/tr1oZX>

El Comercio. (2011, 19 de octubre). *Las violentas protestas en Cajamarca acabaron con una marcha pacífica*. Recuperado el 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/UWat8V>

El Comercio. (2012, 02 de enero). *Santos justifica paro en Cajamarca: “Mesa de diálogo nunca se instaló”*. Recuperado el día 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/9eMEbI>

El Comercio. (2012, 17 de abril). *Tribunal Constitucional declaró inconstitucional ordenanza de Cajamarca contra Conga*. Recuperado el día 20 de abril de 2016, de <http://goo.gl/aMf2Cd>

El Comercio. (2012, 04 de julio). *Estado de emergencia en Cajamarca: estas son las libertades suspendidas*. Recuperado el día 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/ENy3Hr>

El Comercio. (2013, 29 de mayo). *Comuneros retoman protestas contra proyecto Conga en Cajamarca*. Recuperado el día 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/Xg8KKs>

El Comercio. (2014, 16 de enero). *Cajamarca: comuneros rechazan disturbios por proyecto Conga*. Recuperado el día 16 de mayo de 2016, de <https://goo.gl/zaHqrv>

El Comercio. (2014, 19 de febrero). *Policía impidió el paso de antimineros hacia zona de Conga*. Recuperado el día 18 de mayo de 2016, de <https://goo.gl/JHh1S9>

El Comercio. (2014, 19 de marzo). *Antimineros bloquearon vías en marcha contra proyecto Conga*. Recuperado el día 18 de mayo de 2016, de <https://goo.gl/6sKgNF>

El Comercio. (2014, 07 de mayo). *CIDH rechazó pedido para dejar sin efecto proyecto minero Conga*. Recuperado el día 18 de mayo de 2016, de <https://goo.gl/97NNMW>

El Comercio. (2014, 09 de diciembre). *Cientos de activistas marcharon en defensa del agua*. Recuperado el día 18 de mayo de 2016, de <https://goo.gl/2yy1QG>

El Comercio. (2015, 30 de abril). *Enfrentamiento en Conga deja un consejero regional herido*. Recuperado el día 19 de mayo de 2016, de <https://goo.gl/26MS3S>

El Comercio. (2015, 11 de agosto). *Yanacocha denuncia actos de violencia en zona de proyecto Conga*. Recuperado el día 21 de mayo de 2016, de <https://goo.gl/Mwqf6z>

El Comercio. (2015, 21 de octubre). *Cajamarca: queman infraestructura en la zona de Conga*. Recuperado el día 18 de mayo de 2016, de <https://goo.gl/Pg9kPG>

El Comercio. (2016, 25 de abril). *Yanacocha negó ataque a balazos a vivienda de Máxima Acuña*. Recuperado el día 27 de octubre de 2016, de <https://goo.gl/LA1Wzp>

El Comercio. (2016, 26 de abril). *Presidente de Buenaventura: "Proyecto Conga ya no es viable"*. Recuperado el día 18 de octubre de 2017, de <https://goo.gl/S4HfK2>

El Comercio. (2016, 01 de octubre). *PPK: "Minería limpia y ambientalmente responsable, sí"*. Recuperado el día 25 de abril de 2017, de <https://goo.gl/kAEDeX>

El Comercio. (2016, 30 de noviembre). *Cajamarca: denuncian invasión de terrenos de minera Yanacocha*. Recuperado el día 20 de abril de 2017, de <https://goo.gl/m2e8gD>

El Comercio. (2017, 09 de agosto). *Buenaventura: Conga no está en la agenda de corto plazo*. Recuperado el día 10 de octubre de 2017, de <https://goo.gl/nRVmZZ>

El Mundo. (2009, 26 de marzo). *Twitter no es una red social, es para que todo el mundo sepa qué haces al momento*. Recuperado el día 20 de marzo de 2017, de <https://goo.gl/yWntrj>

El País. (2009). *Twitter no es una red social sino una herramienta de comunicación*. Recuperado el día 13 de febrero de 2017, de <https://goo.gl/PPaSqq>

La República. (2011, 06 de noviembre). *Proyecto Conga busca reubicar lagunas de Cajamarca: Entre el oro y el agua*. Recuperado el día 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/TWt3N4>

La República. (2011, 30 de noviembre). *Yanacocha suspende proyecto en mina Conga y da paso al diálogo*. Recuperado el día 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/oDU2yM>

La República. (2012, 02 de febrero). *En Cajamarca se inició La Gran Marcha por el Agua que llegará a Lima*. Recuperado el día 20 de abril de 2016, de <http://goo.gl/qujJFQ>

La República. (2012, 09 de febrero). *“La Gran Marcha por el Agua” termina su recorrido en Lima*. Recuperado el día 20 de abril de 2016, de <http://goo.gl/Wb9Q0q>

La República. (2012, 15 de junio). *Duros enfrentamientos en víspera de inminente reinicio del proyecto Conga*. Recuperado el día 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/QfV3pJ>

La República. (2012, 04 de julio). *Protesta contra Conga en Celendín deja tres muertos*. Recuperado el día 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/YjhmJr>

La República. (2013, 16 de setiembre). *Gobierno reafirma que el proyecto Conga sí va*. Recuperado el día 16 de abril de 2017, de <https://goo.gl/BtXWLH>

La República. (2013, 03 de octubre). *Cajamarca: 32 comunidades respaldan reinicio de proyecto Conga*. Recuperado el día 15 de abril de 2016, de <https://goo.gl/MWBs5S>

La República. (2014, 19 de enero). *Óscar Valdés pide firmeza y seriedad del gobierno en proyecto Conga*. Recuperado el 16 de octubre de 2006, de <https://goo.gl/FVEyuT>

La República. (2015, 16 de noviembre). Grufides pidió escuchar propuestas respecto a proyecto Conga. Recuperado el 23 de noviembre de 2016, de <https://goo.gl/GbbKPP>

La República. (2017, 05 de mayo). *Alcalde de Celendín: “Si se impone Conga se reaviva conflicto”*. Recuperado el 21 de octubre de 2017, de <https://goo.gl/UeUMC9>

Noticias SER. (2011, 14 de diciembre). *Conga: Cronología de un conflicto*. Recuperado el día 30 de marzo de 2016, de <http://goo.gl/nTrRf7>

Panorama Cajamarquino. (2013, 05 de junio). *Pulgar Vidal: sin la licencia social el Proyecto Conga se detendrá*. Recuperado el día 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/ZKELLP>

Perú21. (2014, 03 de febrero). *Minas Conga: Yanacocha afirma que proyecto está paralizado desde 2011*. Recuperado el día 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/1Daz84>

Perú21. (2016, 21 de marzo). *10 datos de Twitter que no conocías en su décimo aniversario*. Recuperado el día 20 de marzo de 2017, de <https://goo.gl/x7qXVu>

Quantico Trends (2016). *Situación actual de Twitter en Perú*. Recuperado el día 11 de diciembre de 2017, de <https://goo.gl/3g51fA>

RPP. (2011, 13 de diciembre). *Presidente regional de Cajamarca oficializa levantamiento del paro*. Recuperado el día 20 de abril de 2016, <http://goo.gl/zJDLkC>

RPP. (2011, 15 de diciembre). *Gobierno levanta el estado de emergencia en provincias de Cajamarca*. Recuperado el día 16 de abril, de <http://goo.gl/fdGR4X>

RPP. (2011, 28 de diciembre). *Región Cajamarca declara inviable ejecución del proyecto Conga*. Recuperado el día 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/S0154y>

RPP. (2015, 30 de enero). *Cajamarca: violencia contra helicóptero fue por proyecto Conga*. Recuperado el día 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/CZs5z0>

RPP. (2016, 01 de febrero). *Se movilizan nuevamente contra proyecto minero Conga*. Recuperado el día 16 de abril de 2016, de <http://goo.gl/2czP6u>

We Are Social y Hootsuite. (2017, enero). *Digital in 2017 Global Overview*. Recuperado el día 05 de noviembre de 2017, de <https://goo.gl/ycJgtQ>

ANEXO 01

Presencia de los gestores en Twitter

A Continuación se presenta la actividad en Twitter por parte de los gestores.

Gestor	Cuenta oficial	Publicaciones (n° de tweets)	Siguiendo	Seguidores	Me gusta	Actividad
Municipalidad Provincial de Cajamarca	@MuniCajamarca_	1 403	1 220	920	5	Frecuente
Municipalidad distrital de La Encañada	@DeDistrital	2	36	0	2	Ninguna
Ministerio de Energía y Minas	@MemPeru	14 090	720	89 470	1 260	Diaria
Ministerio del Ambiente	@MinamPeru	33 673	1 797	193 997	3 940	Diaria
Ministerio de Transporte y Comunicaciones	@MTC_GobPeru	14 380	310	59 213	2 302	Diaria
Ministerio de Economía y Finanzas	@MEF_Peru	11 151	896	151 110	4 397	Diaria
Ministerio de Justicia y Derechos Humanos	@MinJusDH_Peru	8 145	569	125 873	2 448	Diaria
Ministerio de Defensa	@MindefPeru	11 246	601	107 799	4 554	Diaria
Presidencia del Consejo de Ministros	@pcmperu	38 493	742	249 322	5 146	Diaria
Defensoría del Pueblo	@Defensoria_Peru	29 959	555	227 275	1 366	Diaria

Policía Nacional del Perú	@PoliciaPeru	17 999	151	118 218	2 987	Diaria
Oficina de Defensa Nacional - Cajamarca	@ODNcaj	15	133	27	7	No tan frecuente
Pedro Pablo Kuczynski	@ppkamigo	5 681	4 111	1 350 035	881	Diaria
Ollanta Humala	@Ollanta_HumalaT	874	48	1 592 973	94	Frecuente
Julio Guzmán	@julioguzmanperu	1 679	704	229 736	506	Frecuente
Verónica Mendoza	@Vero_Mendoza_F	6 610	625	268 248	877	Frecuente
Keiko Fujimori	@KeikoFujimori	1 430	7 833	863 672	37	Frecuente
Alejandro Toledo	@Alejandro Toledo	2 827	218	360 385	207	Diaria
Alan García	@AlanGarciaPeru	4 234	37	544 412	73	No tan frecuente
Marco Arana	@vozdelatierra	51 886	4 374	44 211	1 541	No tan frecuente
Gregorio Santos	@Gregorio_Goyo	17 520	1 802	35 234	119	Frecuente
Oscar Valdes Dancuart	@oscarevaldes	3 603	1 197	33 334	73	Frecuente
El Comercio	@elcomercio_peru	44 834	295	25 250	145	Diaria
TVPeru Noticias	@noticias_tvperu	148 360	1 669	639 042	3 209	Diaria
Perú21	@peru21noticias	55 345	195	15 419	1	Diaria
Diario Gestión	@Gestionpe	117 544	800	922 907	155	Diaria
Agencia Noticias	@Agencia_Andina	305 718	2 476	457 587	2 096	Diaria
Presidencia Perú	@prensapalacio	40 498	302	607 232	957	Diaria
La República	@larepublica_pe	388 642	1 592	1 726 982	1 137	Diaria
Semana Económica	@SEMANAeconomica	54 612	305	312 874	260	Diaria

Ideeleradio	@ideeleradio	30 931	1 630	65 709	505	Diaria
Panorama Cajamarquino	@PanoramaCajmar	1 830	135	80	39	No tan frecuente
Cajamarca Noticias	@CajamarcaNoti	115	0	2	0	No tan frecuente
La Rotativa	@larotativa.pe	3 921	16	5 865	18	Diaria
Perú News	@PeruNews	417 378	134 478	277 141	40 786	Frecuente
IDL	@Ideele	2 431	372	65 079	9	Diaria
CNDDHH - Perú	@cnddhh	12 576	795	37 122	1 018	Frecuente
Grufides	@grufides	18 116	2 327	1 430	597	Diaria
Red Muqui	@RedMuqui	4 806	631	2 923	1 761	Diaria
CooperAccion	@CooperAccionPER	6 754	847	3 915	1 956	Diaria
Conga comunidades	@CongaComunidades	677	945	376	0	Frecuente
Foncodes Midis	@foncodesmidis	2 535	540	3 410	1 529	Frecuente
Foncreagro Cajamarca	@FoncreagroCaj	669	135	196	415	Frecuente
ALAC	@LosAndesCaj	947	103	263	16	No tan frecuente
Minera Yanacocha	@MineraYanacocha	5 309	363	9 594	123	Frecuente

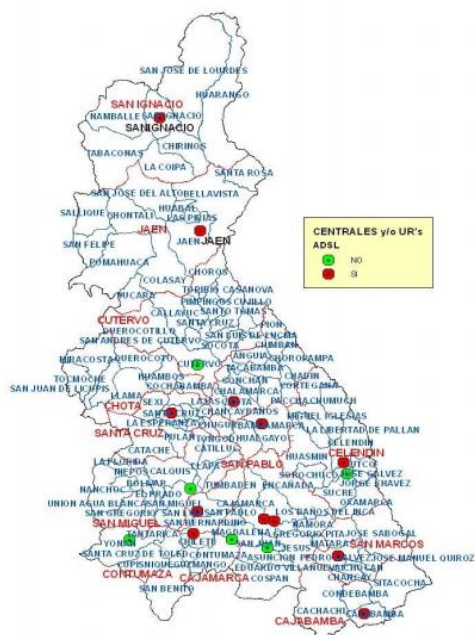
Instituciones del Estado	Políticos	Medios de comunicación	Organizaciones	Minera Yanacocha
--------------------------	-----------	------------------------	----------------	------------------

* No se han incluido a las autoridades eclesiásticas ni a los periodistas por tratarse de cuentas personales que no pueden ser verificadas, ni se tiene un registro total de las mismas.

Fuente: elaboración propia en base a los datos obtenidos en Twitter al 28/11/2017

Anexo 02

Descripción de la situación de conectividad de Internet en Cajamarca



Desde 2007, Fitel⁷ anunciaba que habían 5 Centrales y/o UR's con ADSL en la Región de Cajamarca (Cajamarca, Baños del Inca, Bambamarca, Cajabamba y Celendín), las mismas que pueden brindar el servicio de Internet de Banda Ancha.

En el 2014, Osiptel⁸ informaba que Cajamarca ya contaba con tendido de fibra óptica.

Un año después, el Estado peruano y la empresa **Redes Andinas** de Comunicaciones SRL suscribieron el contrato “Instalación de Banda Ancha para la Conectividad Integral y Desarrollo Social de la Región Cajamarca”, iniciativa que permitiría incrementar el acceso a los servicios de telecomunicaciones, en beneficio de 811 localidades que albergan una población aproximada de 368.700 habitantes⁹.

En octubre de este año, Carlos Arce, jefe zonal de Osiptel Cajamarca informó que, según la encuesta realizada por Erestel en el 2016, en Cajamarca el 49.8% de hogares tienen acceso a internet fijo y móvil. Además, se precisa que los hogares que tienen un status económico alto gozan del servicio de telefonía e internet, sino que los hogares de los sectores socioeconómicos "E y D" son los que tienen mayor acceso a los mencionados servicios¹⁰.

⁷ <https://goo.gl/p27WPw>

⁸ <https://goo.gl/q5T6Yb>

⁹ <https://goo.gl/aLSuZQ>

¹⁰ <https://goo.gl/cEXize>