

«Yankis stay home»

La propaganda de la Cerro de Pasco Corporation (1960-1962)

Elvis Villanueva Basilio



PRINCIPAL MINING CAMPS IN THE CERRO DE PASCO REGION

Area enclosed in heavy black line shows C. de P. C. C. land holdings.

- 1.—Cerro de Pasco, location of copper, silver, gold, lead and zinc deposits. (Cerro de Pasco Copper Corporation).
- 2.—Yauli, location of antimony deposits.
- 3.—Morococha, location of copper, lead and zinc mines. (C. de P. C. C.).
- 4.—Casapalca, location of copper, lead and zinc mines, and Concentrador (C. de P. C. C.).
- 5.—Colquijirca, location of copper, silver and lead mines. Property of E. E. Ferrandini.
- 6.—Yauricocha, location of recently acquired copper, and silver deposits. (C. de P. C. C.).
- 7.—Pachachaca, location of hydro-electric plant. (C. de P. C. C.).
- 8.—Mina Ragra, location of vanadium mines of Vanadium Corporation of America.
- 9.—Oroya, Metallurgical centre, location of modern smelter (C. de P. C. C.).
- 10.—La Quinsa, location of New Chusquitambo Gold Mines.
- 11.—Goytaricayapa, coal mines. (C. de P. C. C.).
- 12.—Quisuaranca, coal mines. C. de P. C. C. (Now abandoned.)



HERALDOS
EDITORES

«YANKIS STAY HOME»
LA PROPAGANDA DE LA
CERRO DE PASCO CORPORATION (1960-1962)

SERIE: ENSAYOS/HISTORIA

«YANKIS STAY HOME»
LA PROPAGANDA DE LA
CERRO DE PASCO CORPORATION (1960-1962)

ELVIS VILLANUEVA BASILIO



Villanueva Basilio, Elvis.
«Yankis stay home». *Propaganda y prensa de la Cerro de Pasco Corporation (1960-1962)*.
1° edición. Lima: Heraldos Editores, 2024.
178 pp.; 13.8 cm. x 21 cm.
Colección: Ensayos/Historia
ISBN: 978-612-49412-5-2

CERRO DE PASCO/PRENSA/MINERÍA/
LA OROYA/PROPAGANDA/COMUNISMO/
HUELGAS OBRERAS /CAPITALISMO/
EXTRACTIVISMO/JUNIN/FUNDICIÓN

SE003

© Elvis Villanueva Basilio
© Heraldos Editores S. A. C.
Río Santa Nro. 209 P. J. Villa Hermosa-Lima 10
Dirección editorial: Joel Rojas Huaynates
Primera edición: marzo 2024

Este libro cuenta con revisión de pares (doble ciego):
Constancia N° HE-RPP001
Recepción: diciembre 2023
Evaluación de contenidos: enero 2024
Aprobación: febrero 2024

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú: N° 2024-02124
ISBN: 978-612-49412-5-2

-VENTAS, DISTRIBUCIÓN Y DIFUSIÓN-
www.heraldoseditores.com
ventas@heraldoseditores.com
whatsapp: (+51) 976474336

Queda prohibida la reproducción total o parcial
de la presente edición, bajo cualquier modalidad, sin la autorización
expresa de la editorial y/o de los herederos del autor.

CONTENIDO

PRÓLOGO: ELIZABETH LINO CORNEJO	11
RECONOCIMIENTOS	15

«YANKIS STAY HOME». LA PROPAGANDA DE LA CERRO DE PASCO CORPORATION (1960-1962)

INTRODUCCIÓN	19
--------------------	----

CAPÍTULO I: PARA ENTENDER LA PROPAGANDA

1.1. ¿Qué es la propaganda?	29
1.2. Función e importancia de la propaganda	29
1.3. Técnicas de propaganda	32
1.4. Tipología de la propaganda	41
1.5. Los propósitos de un mensaje propagandístico	44

CAPÍTULO II: LA CERRO DE PASCO CORPORATION
Y LA REVISTA *EL SERRANITO*

2.1. Breve historia de la Cerro de Pasco Corporation	49
2.2. Las relaciones obrero-campesinas y obrero-patronales en la CPC	60
2.3. El movimiento sindical de la CPC y las huelgas	67
2.3.1 La huelga obrera de 1960	75
2.3.2 La huelga obrera de 1962	82
2.4. El área de Relaciones Industriales de la CPC	89
2.4.1 Los departamentos de Relaciones Industriales como productores de propaganda	91
2.4.2. El departamento de Relaciones Públicas	96
2.5. <i>El Serranito</i> : órgano de la CPC	102
2.5.1. Características generales de <i>El Serranito</i>	109
2.5.2. Ideología de la revista	116
2.5.3. Importancia periodística	118

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Enfoque y nivel de investigación	123
3.2. Técnica de investigación	123
3.3. Población de estudio y corpus de análisis	124

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LA PROPAGANDA DE LA CPC

4.1. Caracterización de la propaganda emitida en la revista <i>El Serranito</i>	129
4.2. La propaganda en los artículos publicados en la portada	129
4.2.1. Tipos de propaganda	129
4.2.2. Técnicas de propaganda	135
4.3. La propaganda en los editoriales	146
4.3.1. Tipos de propaganda	146
4.3.2. Técnicas de propaganda	152
CONCLUSIONES	163
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	173

PRÓLOGO

La empresa Cerro de Pasco Corporation (CPC) fue una de las empresas capitalistas más importantes que operó en el país. En más de setenta años, marcó un cambio radical en la historia peruana; no solo en la historia económica, sino también en la social y cultural. Cuando se elogia al capitalismo norteamericano en estas tierras, se habla de los enormes aportes a la modernización en la explotación minera. Pero no se habla de cómo la Cerro de Pasco Corporation irrumpió, con su actividad voraz, en el paisaje de la Sierra Central, a menudo de manera irreversible: desde socavones, pastos esterilizados, lagunas contaminadas, acopio de relaves y desechos mineros, hasta un inmenso tajo abierto en una de las principales ciudades donde operó. La flora y fauna sufrieron los estragos, pues la contaminación generada por la actividad minera se llevó por delante poblaciones de peces y anfibios, conforme los relaves eran vertidos sobre los ríos y posteriormente filtrados desde relaveras, mientras que los humos de la fundición de Tinyahuarco y luego La Oroya destruían los pastizales necesarios para la actividad ganadera. Las secuelas no dejaban de sentirse incluso décadas después, aún después de la nacionalización de la empresa en 1974 y su reprivatización en los años 90, si bien el Código de Medio Ambiente de 1990 y otras normas ambientales ayudaron a reducir en algo el impacto de la minería sobre el entorno natural.

Así como fue importante una ingente cantidad de maquinaria para la remoción de tierra y contención de agua que inundaban las minas, también lo fue el movimiento de una gran población para trabajar en los centros mineros, articulando significativos encuen-

tros culturales y cambios sociales. En ese sentido, la relación que construyó la CPC con sus trabajadores no es menos problemática, pues significó convertir a campesinos en trabajadores mineros en un contexto de gran desigualdad social, en un país escindido. Cabe señalar también que los que se beneficiaron de la mano de obra barata no eran simples personas que arriesgaban pequeños capitales, sino grandes y acaudalados inversionistas estadounidenses: entre los accionistas iniciales se encontraban magnates norteamericanos como James Ben Ali Haggin, Henry Clay Frick y J.P. Morgan.

Como otras grandes corporaciones, la CPC se preocupaba sobre todo por sus propias ganancias, más que por el beneficio de la gente que trabajaba para ellos. Sin embargo, en el imaginario social de la Sierra Central, aún persiste un discurso teñido de cierta nostalgia, que romantiza la presencia de la Cerro de Pasco Corporation y de «los gringos». Incluso se naturaliza y justifica la jerarquización geográfica de las viviendas, según la cual el personal denominado «staff» vivía apartado de la población, en complejos residenciales exclusivos como Bellavista en Cerro de Pasco y Chulec en La Oroya; una forma de separación física que remarcó en el imaginario social una división natural por clase. Fuera de esos alambrados, que estaban regentados por guardias de seguridad, también se dividió a los trabajadores en «obreros» y «empleados», separados a su vez físicamente en tipos de viviendas, así como en el acceso diferenciado a determinados beneficios proveídos por la empresa. Esta división jerárquica era común a las operaciones extractivas globales de fines del siglo XIX, pero también encajaba bien con las jerarquías sociales preexistentes en el Perú, y se mantuvo a lo largo del siglo XX.

Una forma de naturalizar este tipo de desigualdades, y de lograr que se instalaran no solo en el imaginario del trabajador sino también de sus familias, justificándolas como la base del progreso, fue decididamente el uso de los medios de comunicación por parte de la Cerro de Pasco Corporation. Es precisamente sobre

ese tema que el periodista Elvis Villanueva nos presenta este trabajo innovador, en el cual realiza un análisis de la revista *El Serranito* como medio de propaganda de la CPC. Quienes hemos crecido en el entorno minero que deviene de esta compañía norteamericana tenemos por lo menos un número de esta revista entre las pertenencias de nuestros abuelos, quienes trabajaron para ella. ¿Cuántos de nosotros conocíamos la naturaleza y propósito de esta publicación? Por ello es innovador el trabajo de Villanueva, ya que no ha existido antes un estudio a profundidad sobre los órganos informativos de esta empresa y de la que vino después, Centromin-Perú. Si bien este libro no abarca el periodo total de publicación de *El Serranito* sino solo un corto periodo (1960-1962), es significativo el análisis que se hace, ya que se articula las publicaciones con las huelgas que se produjeron en ese momento. Como el mismo Villanueva anota, tampoco se ha examinado antes el contenido de la revista, o de otros materiales comunicacionales de la CPC, desde un enfoque de análisis de la propaganda, como tampoco se ha estudiado su importancia en la historia del periodismo en la Sierra Central.

¿Por qué y para qué publicaba la CPC este tipo de revistas? ¿Qué discursos proliferaban en ellas? ¿Qué efecto buscaba que tuviera en sus lectores o posibles lectores? ¿Qué información querían que circulara y se instalara en sus enclaves mineros? Se trataba de un complejo proceso de comunicación persuasiva en el que primaba la desigualdad. Cuando veía amenazados sus intereses, la gran empresa podía difundir su pensamiento a través de medios de comunicación y/o propaganda, porque tenía el capital para hacerlo. Tenía un gran poder para defenderse de los cuestionamientos que provenían de una masa que se organizaba para reclamar por sus derechos vulnerados. Es el caso del periodo analizado por Villanueva, en el que los sindicatos y sus dirigentes eran vistos como amenazas y había que deslegitimarlos para que el movimiento sindical no lograra sus objetivos.

El aporte del trabajo de Elvis Villanueva es significativo también en el sentido en que nos ayuda a recuperar una memoria respecto a las bases sobre las que se asienta la relación entre empresa y trabajador, así como entre propaganda, persuasión y derechos humanos. Sobre todo, en estos tiempos duros de neoliberalismo, considero que el trabajo de Villanueva nos proporciona un acercamiento valioso para conocer la naturaleza de las relaciones patronales y de las formas en que los imaginarios pueden ser direccionados y manipulados para aceptar la desigualdad y la dominación —algo que ocurre todavía en el Perú.

ELIZABETH LINO CORNEJO
Lima, enero de 2024