

LLYC IDEAS

EXPLORAR. INSPIRAR.



RELATÓRIO

**UMA SEGUNDA
CHANCE PARA A
MINERAÇÃO NA
AMÉRICA LATINA:
ELEMENTOS PARA
REIVINDICAR SUA
HISTÓRIA**

Setembro 2023

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	3
FICHA TÉCNICA	3
A mineração ilegal lidera a conversa	4
Há dois protagonistas que, sem querer, contribuem para uma visão negativa	6
A agenda ambiental como bandeira política	7
O setor se comunica em círculos fechados	7
Circunstâncias específicas da América Latina que aprofundam os estigmas	9
Mineração sustentável, um antídoto insuficiente	10
ELEMENTOS PARA UMA PROJEÇÃO MAIOR E COM MAIS VALOR PARA ESSE SETOR	12



INTRODUÇÃO

Não é segredo que o setor de mineração está sob constante escrutínio. Ele é alvo de críticas e ataques que parecem aprofundar uma ferida histórica marcada por erros do passado, pelas circunstâncias e pela desinformação.

Essa atividade, antes interpretada como sinônimo de riqueza, prosperidade e desenvolvimento, foi se tornando **antagonista nas conversas da sociedade** à medida que seus impactos se tornaram mais evidentes. Isso coincidiu com o auge das novas formas de comunicação, que deram **voz a um ativismo de oposição** que se encarregou de transmitir um lado fundamentalmente negativo da história.

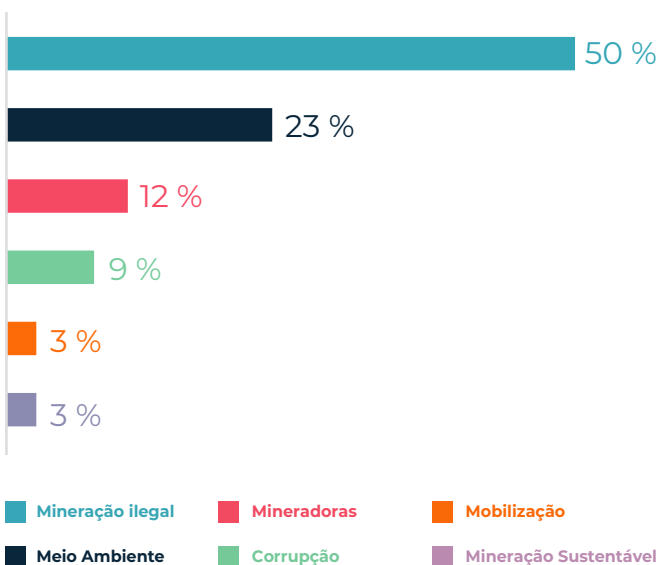
Por sua vez, **o setor aprendeu, fez reparações e correções**. E hoje se concentra no desenvolvimento de seus projetos a partir de uma perspectiva correta tecnicamente, apresentando, por meio de uma comunicação tradicionalmente discreta, os resultados tangíveis do desenvolvimento que promovem. Isso se expressa em números de investimento nos países por meio de royalties e evidências de que suas práticas são sustentáveis. No entanto, aparentemente essas

mensagens não têm uma conexão efetiva com a opinião pública.

Na LLYC, **acreditamos** que é hora de reverter **essa história e equilibrar as percepções** sobre um setor que não só tem em suas mãos uma alternativa de **desenvolvimento** para milhões de pessoas na região, mas também uma **responsabilidade** transcendental no grande desafio global da **transição energética**. Portanto, ele **precisa de uma segunda chance** para se projetar e se conectar com a sociedade da maneira certa.

Foi a partir desse pensamento, resultado de mais de duas décadas de trabalho conjunto com o setor de mineração em diferentes locais, mas especialmente na América Latina, que nos propusemos a realizar uma análise de big data sobre o que tem sido falado sobre esse setor na conversa digital, uma análise que permitisse medir, a partir das expressões espontâneas das pessoas e da abordagem dos meios de comunicação, **qual é o estado da arte da percepção da mineração na sociedade**. O objetivo: criar um roteiro para facilitar a reorientação do setor e de sua história para obter o reconhecimento que merece em uma nova oportunidade de entendimento.

GRÁFICO DO TOTAL DA CONVERSA



FICHA TÉCNICA

Período de estudo	12 meses (15/08/2022 - 15/08/2023)
Localização	Brasil, Colômbia, México, República Dominicana, Argentina, Chile, Ecuador, Perú, Panamá e Guatemala
Idioma	Espanhol e Inglês
Fonte de dados	Brandwatch, Twitter e notícias
Volume total de menções	1.464.510
Volume de autores	233.459

Esse exercício nos permitiu identificar, ao longo de um ano, em 10 países da América Latina, mais de **1,4 milhão de menções totais ao setor** da mineração em geral. E categorizamos nossas descobertas nos 6 pontos a seguir:

- **A mineração ilegal lidera a conversa:** 50% das menções ao setor referem-se a esse fenômeno criminoso.
- **Há dois protagonistas que contribuem involuntariamente para uma visão negativa:** os governos e o próprio setor de mineração aprofundam imaginários que não contribuem para um posicionamento correto do setor.
- **O meio ambiente como uma bandeira política:** o impacto da mineração é um argumento eleitoral e uma cruzada na gestão dos governos locais e nacionais.
- **O setor se comunica em círculos fechados:** pessoas falando sempre para as mesmas pessoas; o impacto do setor na conversa é muito pequeno e principalmente negativo.
- **Circunstâncias específicas da América Latina que aprofundam os estigmas:** corrupção, violência e tráfico de drogas, entre outros problemas específicos da região, estão associados ao setor de mineração devido à ilegalidade de algumas atividades.
- **Mineração sustentável, um antídoto insuficiente:** com uma participação de apenas 2% no total da conversa, esse território de comunicação não obteve muita relevância na tentativa de equilibrar uma conversa negativa associada a um grande passivo reputacional.

A MINERAÇÃO ILEGAL LIDERA A CONVERSA

Talvez não seja surpreendente que os principais tópicos da conversa sobre a mineração carreguem um sentimento negativo. Mas há uma **novidade** que chama a atenção: a presença de mineração ilegal como a principal questão relacionada à atividade.

Com uma **participação de 50%**, esse conceito foi mencionado mais de **732 mil vezes no último ano**. Isso reflete como essa circunstância penetrou na consciência pública e gerou ampla cobertura, e como ela está profundamente relacionada ao setor em geral, o que aumenta a **dificuldade de projetar uma imagem correta do setor**.

As questões associadas a essa prática extrapolam o exercício de atividades fora dos limites da lei e estão profundamente relacionadas a outros atos criminosos, como violência, tráfico de drogas e **violação dos direitos humanos**, entre outros.

Embora as razões disso sejam diversas, há uma que está diretamente relacionada ao efeito produzido pelo **encerramento de projetos de mineração** como resultado de uma pressão ativista que está se tornando cada vez mais relevante na América Latina. Trata-se da **ocupação física**, por parte de grupos criminosos, dos campos de mineração deixados à deriva, mas nos quais já foram realizados e divulgados **estudos de viabilidade do mineral disponível**.

Isso dá lugar a uma **extração indiscriminada** que deixa como rastro um concreto **passivo ambiental e social**. Um exemplo disso está no Equador, onde, desde o fechamento do projeto de mineração Río Blanco, a área do projeto tem sido alvo de grupos clandestinos que intimidam a população e causam danos materiais e ambientais. Em um país onde, segundo a Agência de Regulação e Controle de Energia e Recursos Naturais Não Renováveis, a mineração ilegal está presente em 17 das 24 províncias, aos olhos da opinião pública – que muitas vezes possui poucas informações –, **todos esses efeitos da mineração ilegal são atribuídos à mineração como setor**, o que se reflete no fato de que **22%** das menções à extração ilegal vêm do Equador.

Com relação aos sentimentos, embora em todos os países da região predomine a rejeição à mineração ilegal, com mais de 60% das expressões em geral, o Peru se destaca, com 80% da conversa relacionando a mineração ilegal com os protestos e a violência. Nos meios de comunicação, por exemplo, várias manchetes sugerem que o tráfico de drogas e a extração ilegal podem estar por trás das recentes manifestações violentas.

O caso da Colômbia também se destaca, com 72% da conversa centrada no envolvimento de grupos armados e organizações criminosas na mineração ilegal, gerando uma preocupação crescente com a segurança nos arredores.

A notoriedade dessa conversa negativa se deve, entre outros fatores, à relevância dos autores, sendo a maioria deles os governos e a mídia, esta última replicando declarações oficiais nas quais se faz referência constante a esse crime e suas consequências, associadas a grandes desafios, como a reorganização fundiária, uma das bandeiras do presidente Gustavo Petro.

Os perfis oficiais têm tanta relevância e alcance que, de 72% do total da conversa negativa sobre a ilegalidade, 25% dos autores são pró-governo (o próprio presidente, seu gabinete e apoiadores). Os opositores também entram na equação, e sua participação na abordagem desse tema corresponde a 13%, e se dá a partir de uma perspectiva de crítica à atual administração e à ex-ministra de Minas e Energia quanto ao rumo da pasta no combate a esse crime e na proposição de soluções.

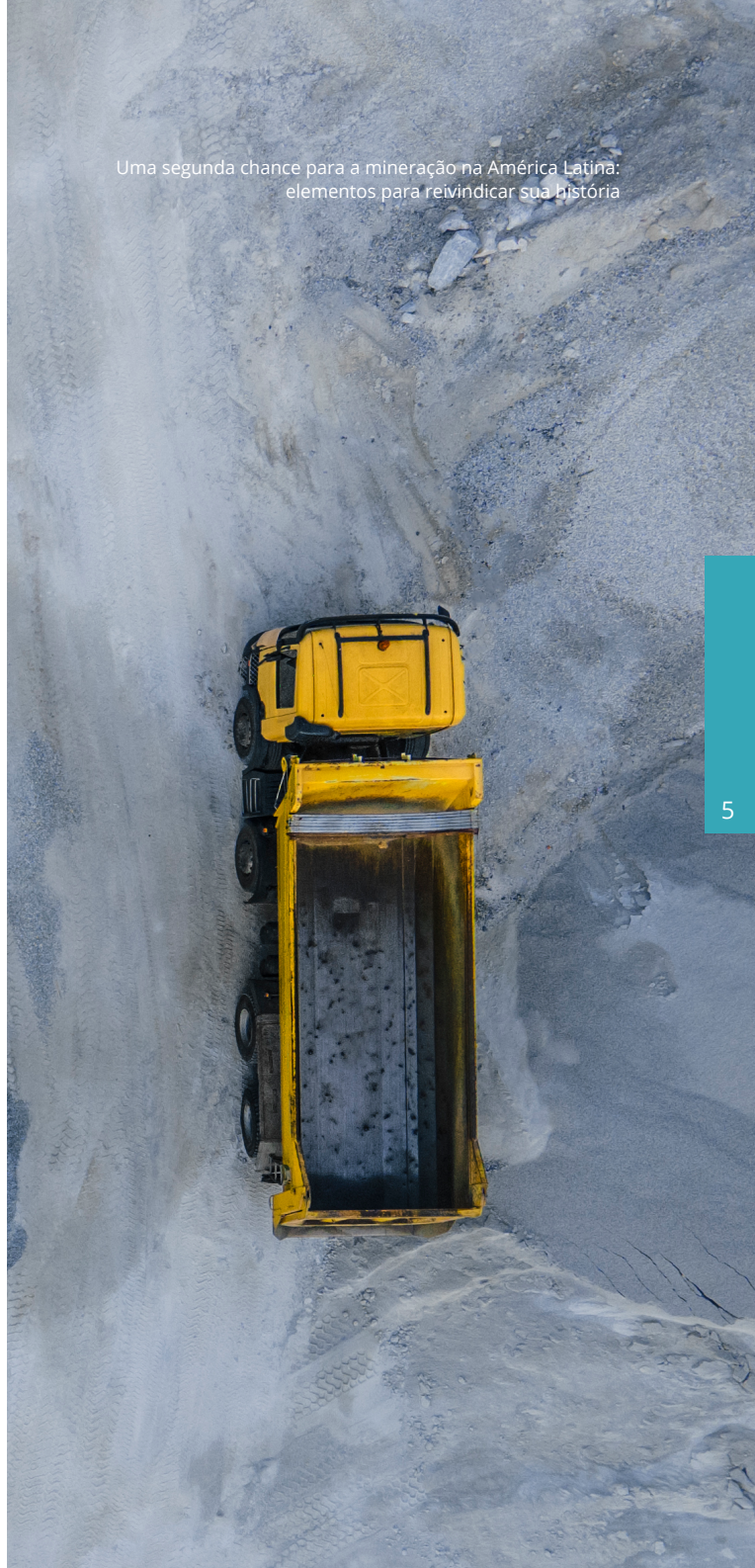
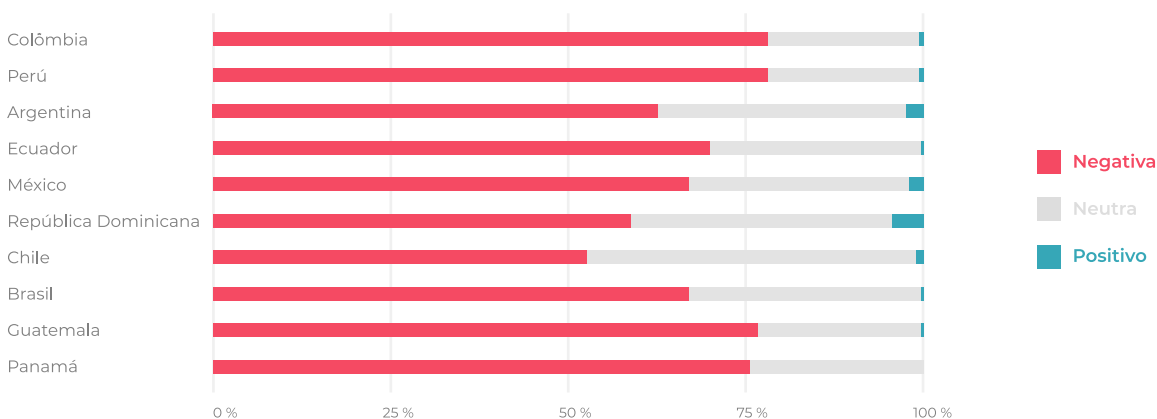


Gráfico da percepção sobre a mineração ilegal:



HÁ DOIS PROTAGONISTAS QUE, SEM QUERER, CONTRIBUEM PARA UMA VISÃO NEGATIVA

Na América Latina, o alcance do ativismo contra a mineração tem aumentado significativamente. Soma-se a isso a instabilidade jurídica que o setor enfrenta em vários países. Ambos os fatores ameaçam a viabilidade de seus projetos. **As empresas se sentem constantemente em desvantagem** pela forma como são tratadas pela sociedade, pelos meios de comunicação e pelos governos. Isso se reflete na conversa. **Suas contribuições** para as comunidades e os Estados **não são reconhecidas**, mesmo nas etapas de exploração e de retorno zero sobre o investimento.

Diante dessa sensação de desigualdade, **o setor** identificou a questão da ilegalidade e começou a evidenciar o risco que ela representa, integrando em seu próprio discurso o **conceito de mineração ilegal**, o qual é frequentemente cunhado pelo setor em diferentes espaços da mídia e de relacionamento.

Isso é positivo do ponto de vista argumentativo, pois é justamente a mineração formal a alternativa mais eficiente para coibir o crime e conter os efeitos sociais e ambientais gerados por essas práticas ilegais. Mas também **contribuiu para aumentar a relevância da ilegalidade na conversa associada ao setor**, o que, diante de um público geral e de forma descontextualizada, gera confusão, fazendo com que **os efeitos negativos dessa prática possam ser atribuídos a todo o setor formal**.

Além disso, alguns governos da região, como o da Colômbia ou do Equador, adotaram a luta contra a **mineração ilegal como parte de suas agendas**, aumentando a visibilidade dessa atividade e do próprio termo. Isso se reflete na conversa, na qual as associações de palavras relacionadas à mineração ilegal são, em grande parte, promovidas pelo Estado. **Os termos GOVERNO e ESTADO somam quase 34 mil menções associadas**.

No Peru, por exemplo, **29%** das menções que relacionam a mineração à ilegalidade trazem uma **associação direta ao governo**, do ponto de vista dos principais obstáculos que essa prática representa para a liderança de Dina Boluarte.



A AGENDA AMBIENTAL COMO BANDEIRA POLÍTICA

Na conversa sobre o setor de mineração como um todo, o **impacto negativo da atividade para o meio ambiente está em segundo lugar**, com 23% das menções (336 mil).

Para analisar esse ponto, é preciso partir do reconhecimento de que, no passado, o setor cometeu erros, muitas vezes não intencionais, na gestão ambiental. Esses erros, como demonstra a conversa, ainda fazem parte do imaginário coletivo. **A mineração moderna tem feito esforços técnicos para aprender com esses erros, para corrigi-los e garantir** que a atividade seja realizada dentro de marcos regulatórios de proteção ambiental e tem trabalhado em estratégias de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) que atendam às necessidades básicas das comunidades na área de influência direta. Mas tudo indica que isso **não tem sido suficiente para combater um estigma** alimentado por uma **agenda ativista focada em não reconhecer essa evolução para práticas responsáveis**.

É um ativismo ferrenho, que se fecha diante da possibilidade de diálogo, que não propõe alternativas e se concentra em perseguir projeto por projeto, especialmente na América Latina, buscando inviabilizá-los, mobilizando um discurso de proteção ambiental, muitas vezes apoiado em **agendas políticas locais centradas na luta contra a mineração** como uma **bandeira eleitoral**, o que fortalece seu poder de amplificação.

Além disso, estão envolvidas circunstâncias de grande impacto global. Um exemplo é o desmatamento da Amazônia, que ocupa um lugar preponderante na conversa impulsionada pelos meios de comunicação, que realizam coberturas aéreas mostrando o estado alarmante da área, e pelos **governos, especialmente os da Colômbia e do Brasil** (tanto na fase de campanha quanto no exercício do cargo), que incluem uma parte da mineração, principalmente a ilegal, entre as causas dessa emergência ambiental.

O SETOR SE COMUNICA EM CÍRCULOS FECHADOS

A participação **do setor** nesse **grande universo da conversa digital ocupa o terceiro lugar** no total geral de menções (12%), com pouco mais de 175 mil. Essas alternam entre a visão negativa expressa pela opinião geral e a visão positiva impulsionada pelo próprio setor.

Do lado negativo, as empresas de mineração de países latino-americanos que fazem alianças com a China e a Rússia para projetos de investimento e extração mineral são as mais criticadas, principalmente nos meios de comunicação. **A ética dessas empresas é questionada** por meio de acusações relacionadas a questões jurídicas complexas, incluindo denúncias de omissão de interesse, violações de direitos e de protocolos legais para indígenas e atividades de mineração ilegal.

As menções positivas estão presentes no **território da sustentabilidade**, que representa **2%** do total da conversa. Dentro desse subtema, apenas 5% das menções têm uma associação de sentimento positivo, e elas partem principalmente do próprio setor, por meio da comunicação corporativa sobre resultados sociais e planos de investimento, e são potencializadas por associações comerciais por meio de eventos do setor. Isso reflete uma realidade aparente: **as mensagens positivas focadas em elementos-chave como a sustentabilidade estão sendo debatidas e replicadas dentro do mesmo círculo de influência, sem gerar impactos relevantes ou extrapolar para a sociedade**.

Dentro desse pequeno subgrupo de menções à mineração sustentável, a maioria deriva justamente de **eventos setoriais (21,7%)**, sendo o **Chile** o país onde mais se fala sobre esse assunto e onde se destaca o crescente compromisso do setor com a mineração responsável, demonstrado pelo número de reuniões e congressos realizados com foco nesse tema, como uma plataforma na qual as partes interessadas podem debatê-lo. No entanto, **o problema parece ser o fato de que são pessoas falando sempre para as mesmas pessoas**.

Duas outras questões que giram em torno de discussões setoriais sobre a sustentabilidade são os **desafios legais (14,6%)** e o **impacto econômico da atividade (13,9% das menções)**, que predominam principalmente na **Argentina**.

Nessas discussões, coloca-se a urgência da **implementação de códigos e regulamentos de atualizados**, destacando a importância de revisões periódicas para garantir a modernização do setor. Também estão presentes nessa conversa a existência de **fundos de investimento, subsídios e apoio financeiro** destinados a projetos de mineração sustentável, com foco no financiamento de iniciativas que promovam a **mineração responsável**, e a importância de apoiar a mineração sustentável como parte da estratégia para minimizar os impactos ambientais e respeitar os compromissos de redução de emissões.

“As mensagens positivas focadas em elementos-chave como a sustentabilidade estão sendo debatidas e replicadas dentro do mesmo círculo de influência, sem gerar impactos relevantes ou extrapolar para a sociedade”

CIRCUNSTÂNCIAS ESPECÍFICAS DA AMÉRICA LATINA QUE APROFUNDAM OS ESTIGMAS

Embora as questões relacionadas diretamente ao setor e suas operações liderem a conversa, uma parcela significativa da conversa refere-se a questões recorrentes na esfera política e social da América Latina.

Uma delas é a **corrupção**. Essa questão aparece em quarto lugar nos assuntos relacionados à mineração, com 9% das menções, e está voltada principalmente para a relação de funcionários do governo e instituições públicas com membros de organizações ilícitas envolvidos na extração ilegal. No entanto, também se aborda a relação de políticos com empresários ligados ao setor e com as forças de oposição, embora em menor grau, apontando conflitos de interesse e a presença de **práticas antiéticas referentes à posição dos governos estaduais e municipais a favor ou contra os projetos de mineração**, como a distribuição de auxílios para ter influência em questões relacionadas à autorização de projetos e a divulgação de mensagens que influenciam as comunidades a tomar uma posição. Isso **corrói a confiança da opinião pública**, que tende a pegar casos particulares e universalizá-los, construindo um imaginário que prejudica o setor.

Um dado importante que cabe mencionar é que, na conversa, a **instituição mais relacionada à corrupção é a polícia**, com mais de **10 mil menções**. É muito comum que os diversos meios de comunicação da região abordem constantemente em suas pautas alguns vínculos das forças policiais com criminosos e políticos corruptos ou a prisão de agentes envolvidos em atividades ilegais.

Por outro lado, **as mobilizações sociais** que ocorreram na região nos últimos anos também aparecem como um tema central, **representando até 3% da conversa geral sobre a mineração**. Questões como a já mencionada corrupção, a falta de institucionalidade e o risco para o meio ambiente são os principais

catalisadores dos protestos latino-americanos em relação ao setor. O tratamento dado pela mídia a essa cobertura destaca o fato de que os protestos estão resultando em muitas mortes e ferimentos. **Vários aspectos da questão convergem aqui**. De um lado, estão as mobilizações de ativistas contra o setor; do outro, estão aquelas que pedem medidas urgentes contra a mineração ilegal e mobilizações gerais contra os governos nacionais, considerados culpados pela violência gerada por grupos de tráfico de drogas e mineradoras ilegais.

Nesse sentido, uma questão a ser observada é a relevância dos **direitos humanos (33% da conversa relacionada à extração ilícita)**, que se manifesta nos protestos e na cobertura realizada por determinados setores. Especificamente, as menções referem-se a aspectos como o impacto na saúde das pessoas devido ao uso de elementos como o mercúrio, que também têm impacto nas fontes de água, e o tráfico de pessoas.

O país mais ativo nessa questão é a Colômbia, seguida pela Argentina e pelo Peru. E o principal canal de conversa são as notícias, pois há muito conteúdo sendo produzido por organizações vinculadas aos direitos humanos, com uma forte presença na região.

“Por outro lado, as mobilizações sociais que ocorreram na região nos últimos anos também aparecem como um tema central, representando até 3% da conversa geral sobre a mineração”

A MINERAÇÃO SUSTENTÁVEL, UM ANTÍDOTO INSUFICIENTE

O setor da mineração passou por muitas etapas em seu posicionamento perante a sociedade, mas talvez um dos mais recentes tenha sido **englobar em um único termo** o impacto positivo de suas atividades e o cuidado com que são realizadas, a chamada **mineração sustentável**.

No entanto, apesar dos esforços crescentes das empresas para continuar se comunicando a partir dessa vertical, **seu impacto na conversa é baixo (2%)** em comparação com o grande universo de menções sobre o setor.

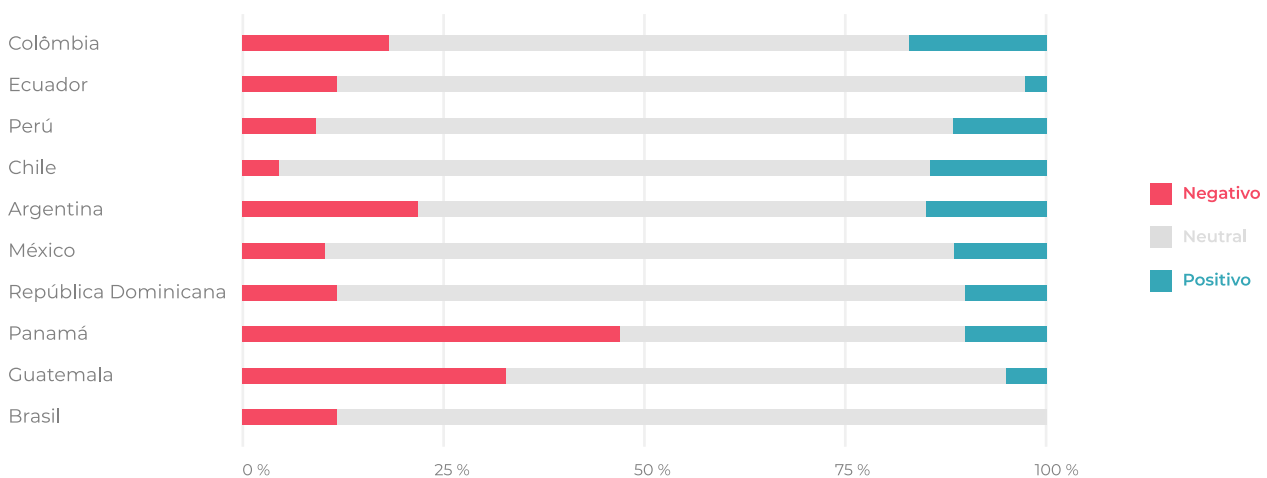
Embora a **palavra de maior destaque seja desenvolvimento (mais de 2 mil menções)**, entendida como colaboração e cooperação entre diferentes atores para encontrar soluções e promover práticas de mineração responsáveis, o **sentimento em torno da mineração sustentável ainda é majoritariamente neutro (74%)**. E ele se baseia nas informações promovidas principalmente pelo setor por meio da divulgação de seus planos de manejo ambiental e

trabalho com as comunidades, comunicações essas que, aparentemente, não estão alcançando o público fora de seu próprio círculo.

Um exemplo disso é o **Brasil, onde a neutralidade é praticamente total e não há nenhum sentimento positivo** em relação a esse conceito. Isso está correlacionado, em primeiro lugar, com uma participação muito baixa do setor em geral na conversa e com o fato de que o impacto da atividade, especialmente a ilegal, está relacionado a um assunto geral, como o desmatamento da Amazônia.

Em contrapartida, embora ainda não seja algo definidor, o **Chile é o país com mais menções mais favoráveis ao termo**, e isso tem a ver com ser uma nação com um setor de mineração mais maduro e cuja importância econômica é reconhecida. Liderando o sentimento **negativo (14%)** estão países como o **Panamá e a Guatemala**, o que se deve ao ceticismo em relação à noção de “mineração sustentável”. Esse ceticismo é promovido pelo ativismo contrário à mineração, que, embora venha principalmente do vizinho El Salvador, permeou o imaginário coletivo, punindo a atividade e colocando em risco seu desenvolvimento.

Gráfico de sentimentos sobre a mineração sustentável:



É possível que a limitação do posicionamento do conceito de “mineração sustentável” esteja relacionada ao conteúdo veiculado, que parte principalmente de **eventos setoriais na área (21,7% das menções)**. Embora essas comunicações relatem boas práticas, conforme mencionado acima, elas se limitam a discussões que não extrapolam a esfera corporativa, o círculo do próprio setor. **A Argentina e o Peru** lideram essa prática.

Outra característica promovida pelo setor sobre a sustentabilidade é a **ênfase no impacto econômico da mineração (13,9% das menções)**, que, embora apresente dados sobre a contribuição aos Estado, a geração de empregos e até mesmo a redução da pobreza, mantém o debate em um **nível técnico que não se conecta com o cidadão comum**, que ainda tem dificuldade de entender a relevância da atividade no seu cotidiano. A Argentina lidera esse subtema, enquanto o Brasil e o Panamá são os países que menos participam dessa conversa.

No entanto, os esforços para tratar de outras questões de interesse das comunidades e desmistificar muitas das ideias que persistem sobre o setor começam a ser notados. Nesse sentido, começam a surgir, mesmo que de forma incipiente, questões como **gestão de resíduos (5,1% das menções)**, com foco no uso de rejeitos, e **recuperação ambiental (1,4% das menções)**, com foco na mitigação de impactos, na redução da pegada de carbono e na implementação de tecnologias, embora a abordagem ainda seja muito técnica e pouco compreensível.

“Os esforços para tratar de outras questões de interesse das comunidades e desmistificar muitas das ideias que persistem sobre o setor começam a ser notados”

Uma segunda chance para a mineração na América Latina:
elementos para reivindicar sua história



ELEMENTOS PARA UMA PROJEÇÃO MAIOR E COM MAIS VALOR PARA ESSE SETOR

A boa notícia é que ainda é possível **reorientar a história para construir uma narrativa que amplifique as ações do setor e que conceda a ele o verdadeiro reconhecimento da sociedade**. O segredo está em corrigir uma tendência passiva na comunicação e adotar a proatividade para comunicar ao mundo qual é a verdadeira relevância do setor.

MUDAR A NARRATIVA

Se 50% das manifestações espontâneas da opinião pública relacionam a mineração ilegal à mineração como indústria, são justamente **as empresas e os governos que devem se afastar desse conceito e descartá-lo**. A mineração como atividade é legal porque inclui processos responsáveis e industriais que garantem que ela seja realizada em harmonia com o meio ambiente. E é o setor que está em melhor posição para combater a ilegalidade.

É imperativo chamar as coisas pelo nome. A extração ilegal de recursos naturais (e não a mineração ilegal) é um crime que, infelizmente, não será completamente eliminado, mesmo que a mineração seja proibida em qualquer parte do mundo. Porque, ao se depararem com uma jazida viva, os grupos ilegais não perderão a oportunidade de lucrar com ela, com todos os fenômenos sociais que isso acarreta.

Com essa premissa, o setor precisa de uma posição clara, capaz de transmitir à toda a sociedade (à população e às autoridades) a mensagem de que **a melhor maneira de deter esse fenômeno devastador é justamente o exercício legal, regulamentado e formal da mineração**. Esse é um dos principais argumentos para garantir ao setor a gestão de sua licença social para operar.

EVOLUIR NA COMUNICAÇÃO

O setor já reconheceu **seus erros** e investiu em **repará-los** e tornar a mineração uma das atividades econômicas mais modernas e sustentáveis. No entanto, ainda há uma sensação de que todos esses **esforços não estão gerando retorno** e que o setor continua sob os holofotes das autoridades, da mídia e das comunidades, aumentando o sentimento de injustiça entre as empresas de mineração diante da posição muito mais branda que os mesmos atores sociais têm em relação à extração ilegal.

Embora esse seja um sentimento válido e bem fundamentado, o setor não pode permanecer nessa dinâmica de **“só eu estou sendo julgado, eles não”**, já que seu território de conversação está sendo compartilhado com uma atividade que é o avesso da sua, e que não deveria ser chamada de mineração como já dissemos antes. Pelo contrário, é hora do setor se atualizar e, usando as importantes ferramentas à sua disposição, dar o **salto para competir em pé de igualdade com outros setores tradicionalmente “mais próximos” do cidadão comum**. Como já foi dito várias vezes: a mineração é um dos setores básicos que permite que outros forneçam às pessoas bens e serviços essenciais para a vida humana.

SAIR DO CLICHÊ DA SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade como um atributo **não tem sido um antídoto para o volume de reações e para o sentimento negativo em relação ao setor**. Mas isso não é algo exclusivo da mineração, pois na última década o termo foi cunhado repetidamente, sendo incorporado a todas as boas práticas empresariais em qualquer setor, perdendo legitimidade. E isso se intensifica em um setor altamente estigmatizado.

É hora de **evoluir** a forma de chamar a atenção para as ações ambientais, sociais e econômicas das empresas de mineração, buscando territórios de comunicação que gerem identificação dos públicos de interesse com o propósito do setor.

A mineração deve ser sustentável (isso já está dado), mas precisa **se expressar como responsável, moderna, consciente e inovadora**, aceitando que, assim como todas as atividades, ela gera impactos, e por isso precisa ser também a melhor aliada da sociedade para viabilizar uma transformação energética vital, baseada na gestão correta dos recursos naturais.

HUMANIZAR O DISCURSO E COLOCÁ-LO EM PRÁTICA

De nada adianta que, no nível corporativo, os sentimentos das comunidades e as características do ambiente sociopolítico sejam compreendidos, que se crie um storytelling diferenciado que comece a separar os estigmas da ilegalidade se o discurso não for transmitido às pessoas. Em nossa época, **a confiança** nas marcas está sendo cada vez mais questionada e são as próprias pessoas que gerenciam as percepções, porque, entre outros motivos, emocionalmente nós precisamos de um **vínculo de empatia**.

A melhor maneira de combater os imaginários negativos sobre o setor e, especialmente, o ativismo contra a mineração, é por meio de um **ativismo corporativo estruturado** que seja conduzido pelos líderes da organização e replicado por seus funcionários.

Não se trata de gerar conflito, mas de começar a **equilibrar a conversa**, até agora capitalizada pela oposição, por meio de intervenções claras e diretas, que valorizem todo o storytelling sem rodeios, falando a mesma língua que as pessoas, demonstrando de forma reiterada a contribuição real (a curto e longo prazo) do projeto e do setor para suas vidas e para as futuras gerações

BATER DE PORTA EM PORTA, INCLUSIVE NA DOS DETRATORES

A diplomacia corporativa exige paciência e perseverança. Ainda mais quando um setor tem passivos reputacionais que fecham portas, muitas vezes sem argumentos. O segredo para o gerenciamento de relacionamentos, além da transparência, é justamente a capacidade de não desistir e de buscar incessantemente espaços de encontro e, principalmente, **pontos de convergência que permitam criar um diálogo com atores da oposição ou com figuras e entidades reguladoras complexas**.

Reforçando, argumentos como ser a alternativa que pode impedir a ilegalidade, juntamente com a capacidade do setor privado de resolver problemas sociais complexos de forma eficiente, em colaboração com os Estados, são elementos fundamentais a serem valorizados.

FAZER PARTE DA HISTÓRIA DE SEUS VIZINHOS

Para permear a consciência coletiva das comunidades com mensagens a favor de um projeto de mineração, não basta transmitir informações uma única vez, em um único canal. As empresas devem não apenas adaptar sua mensagem à linguagem de seus públicos, mas também transmiti-la **de forma sistemática por meio de vários canais para que a marca se torne parte da vida cotidiana das pessoas**.

Um ecossistema amplo deve considerar as formas de comunicação mais utilizadas pela população, desde as redes sociais e plataformas tecnológicas, como o Whatsapp, até as mais clássicas da comunicação comunitária que ainda podem ser úteis para o setor, como o rádio, o carro de som, os cartazes de divulgação comunitária, os jornais locais, e todas as outras que possam vincular a empresa a causas que se conectam com a comunidade, como o esporte, o empreendedorismo e a agricultura, entre muitas outras alternativas. **O segredo é identificar a jornada das comunidades e penetrar nela de forma orgânica**.

SAIR DO CÍRCULO DE CONFIANÇA

Como vimos nessa análise, os espaços de conversa em que o setor geralmente expressa sua proposta de valor estão limitados ao mesmo círculo setorial. Ou seja, são **pessoas falando sempre para as mesmas pessoas**, o que impede que a mensagem alcance outras áreas que gerem maior amplificação e impacto.

Com bons argumentos, **o setor deve começar a participar de debates sobre a transformação energética, o estímulo ao emprego formal e ao empreendedorismo ou a gestão ambiental adequada em cenários de outros setores**, onde possa mostrar como tem sido um exemplo concreto de evolução e de trabalho em parceria com as comunidades e os governos, o que pode beneficiar e ensinar muitos outros setores com questões semelhantes, mas possivelmente menos estigmatizados.

O campo está pronto para a ação. O setor já entendeu, fez reparações e implementou mudanças em sua gestão. E também conhece as características e o alcance de seus adversários. Chegou a hora de mudar as regras do jogo e tornar o segundo tempo a oportunidade certa para reivindicar sua história e a construção de uma nova e assertiva narrativa para começar a vencer, equilibrando a balança em direção a um cenário em que a sociedade entenda o valor do setor de mineração, para que ele possa contribuir da forma que sabe e como o mundo precisa.



AUTORES



María Esteve. Sócia e Diretora-Geral da Região Andina

mesteve@llorentycuenca.com



Darío Álvarez. CEO da LLYC nos EUA.

dalvarez@llorentycuenca.com



Juan David Alba. Diretor de Projetos Especiais EUA

jalba@llorentycuenca.com



Mercedes de la Guardia. Diretora de Deep Learning EUA

mdelaguardia@llorentycuenca.com



Daniel Sánchez. Gerente de Projetos Especiais da LLYC nos EUA.

daniel.sanchez@llorentycuenca.com



COLABORADORES

Com a colaboração de **María Lucía Bordamalo**, consultora de Projetos Especiais da LLYC nos EUA, y **María Mercedes Ocaña**, consultora de Deep Learning EUA.

Direção Geral

José Antonio Llorente

Sócio Fundador e Presidente
jallorente@llorenteycuenca.com

Alejandro Romero

Sócio e CEO Américas
aromero@llorenteycuenca.com

Luisa García

Sócia e Chief Operating Officer Global
lgarcia@llorenteycuenca.com

Arturo Pinedo

Sócio e Chief Client Officer Global
apinedo@llorenteycuenca.com

Tiago Vidal

Sócio e Chief Talent y Technology
Officer Global
tvidal@llorenteycuenca.com

José Manuel Casillas

Diretor Sênior de TI Global
jmcasillas@llorenteycuenca.com

Marta Guisasaola

Sócia e Chief Financial Officer
mguisasaola@llorenteycuenca.com

Joan Navarro

Sócio e Vice-Presidente
de Assuntos Públicos Global
jnavarro@llorenteycuenca.com

Albert Medrán

Diretor Global de Marketing,
Comunicação e ESG

Juan Pablo Ocaña

Diretor Sênior de Legal & Compliance
jpocana@llorenteycuenca.com

Europa

Luis Miguel Peña

Sócio e CEO Europa
lmpena@llorenteycuenca.com

Gina Rosell

Sócia e Diretora Sênior de Healthcare
Europa
grosell@llorenteycuenca.com

Rafa Antón

Chief Creative Officer Europa
Cofundador e Diretor Geral de
Criação da CHINA parte da LLYC



rafa.anton@chinapartedellyc.com

MADRID

Jorge López Zafrá

Sócio e Diretor Geral Madrid
jlopez@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla

Sócio e Diretor Sênior Esporte
e Estratégia de Negócio
amoratalla@llorenteycuenca.com

Iván Pino

Sócio e Diretor Sênior de Crise e
Riscos
ipino@llorenteycuenca.com

Marta Aguirrezabal

Sócia-fundadora e diretora-executiva



marta.aguirrezabal@chinapartedellyc.com

Pedro Calderón

Sócio Fundador e Diretor Executivo



pedro.calderon@chinapartedellyc.com

BARCELONA

María Cura

Sócia e Diretora Geral
mcura@llorenteycuenca.com

Oscar Iniesta

Sócio e Diretor Geral
oiniesta@llorenteycuenca.com

LISBOA

Marlene Gaspar

Diretora Geral
mgaspar@llorenteycuenca.com

Américas

Juan Carlos Gozzer

Sócio e CEO América Latina
jcozzer@llorenteycuenca.com

Javier Marín

Diretor Sênior Healthcare
Américas
jmarin@llorenteycuenca.com

José Beker

Chief Creative Officer Américas
Cofundador e CEO da BESO
pela LLYC



jose.beker@beso.agency

ESTADOS UNIDOS

Darío Álvarez

CEO U.S.
dalvarez@llorenteycuenca.com

Rebecca Bamberger

CEO da BAM by LLYC



rebecca@bamtheagency.com

REGIÃO NORTE

David González Natal

Sócio e Diretor Geral Região Norte
dgonzalezn@llorenteycuenca.com

Mauricio Carrandi

Diretor Geral LLYC Mexico
mcarrandi@llorenteycuenca.com

Michelle Tuy

Diretora Geral LLYC Panamá
michelle.tuy@llorenteycuenca.com

Iban Campo

Diretor Geral LLYC República
Dominicana
icampo@llorenteycuenca.com

REGIÃO ANDINA

María Esteve

Sócia e Diretora Geral Região Andina
mesteve@llorenteycuenca.com

Daniel Titingher

Diretor Geral LLYC Peru
daniel.titingher@llorenteycuenca.com

Carlos Llanos

Sócio e Diretor Geral LLYC Ecuador
cllanos@llorenteycuenca.com

REGIÃO SUL

Juan Carlos Gozzer

Sócio e Diretor Regional
jcozzer@llorenteycuenca.com

Maria Eugenia Vargas

Diretora Geral LLYC Argentina
mevargas@llorenteycuenca.com

Thyago Mathias

Diretor Geral LLYC Brasil
tmathias@llorenteycuenca.com

Juan Cristóbal Portales

Diretor Geral LLYC Chile
juan.portales@llorenteycuenca.com

Deep Digital

Adolfo Corujo

Sócio e Deep Digital CEO
acorujo@llorenteycuenca.com

Javier Rosado

Sócio e Diretor Geral de Deep Digital
Américas
jrosado@llorenteycuenca.com

Federico Isuani

Diretor Geral Deep Digital
Região Norte e USA
Cofundador e CEO da BESO by LLYC



federico.isuani@beso.agency

Jesús Moradillo

Diretor Geral da Deep Digital
Europa
CEO e fundador da Apache Digital



jesus.moradillo@llorenteycuenca.com

Daniel Fernández Trejo

Diretor Sênior Deep Digital
e CTO Global
dfernandez@llorenteycuenca.com

Anahí Raimondi

Diretora de Operações da
Deep Digital
araimondi@llorenteycuenca.com

David Martín

Diretor Geral da Deep Digital
Região Andina
david.martin@llorenteycuenca.com

Diego Olavarría

Diretor Geral da área de Deep
Digital Região Sul
dolavarría@llorenteycuenca.com

Luis Manuel Núñez

Diretor Geral de Estratégia e
Desenvolvimento de negócios de
Deep Digital Américas
luisma.nunez@llorenteycuenca.com

Carmen Gardier

Diretora Sênior da área Digital
Américas
cgardier@llorenteycuenca.com

Alejandro Dominguez

Diretor Sênior Digital Europa
adominguez@llorenteycuenca.com

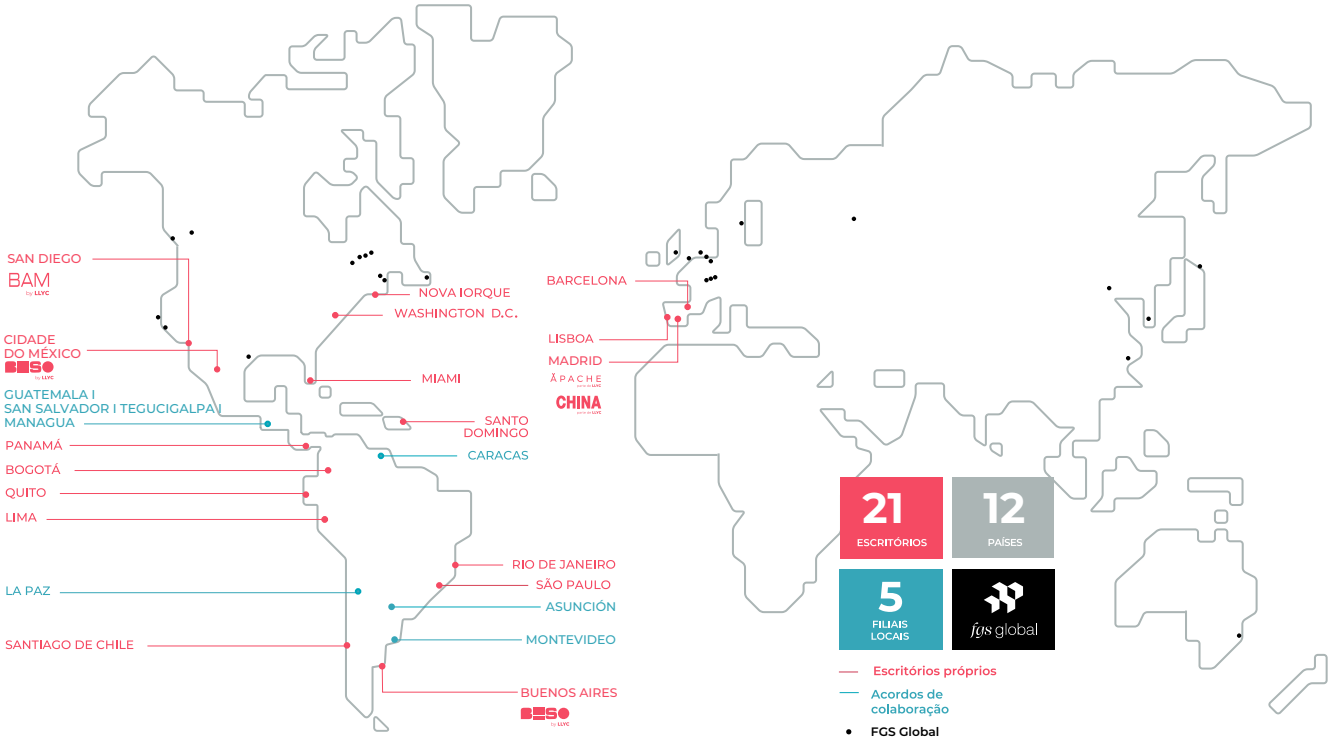
Fernanda Hill

CEO Global da BESO pela LLYC



fernanda.hill@beso.agency

Escritórios



LLYC

Madrid

Lagasca, 88 - planta 3
28001 Madrid, España
Tel. +34 91 563 77 22

Barcelona

Muntaner, 240-242, 1^o-1^o
08021 Barcelona, España
Tel. +34 93 217 22 17

Lisboa

Avenida da Liberdade nº225, 5^o Esq.
1250-142 Lisboa, Portugal
Tel. + 351 21 923 97 00

Miami

600 Brickell Avenue, Suite 2125
Miami, FL 33131
United States
Tel. +1 786 590 1000

Nueva York

3 Columbus Circle, 9th Floor
New York, NY 10019
United States
Tel. +1 646 805 2000

Washington D.C.

1025 F st NW 9th Floor
Washington D.C. 20004
United States
Tel. +1 202 295 0178

Ciudad de México

Av. Paseo de la Reforma 412
Piso 14. Colonia Juárez
Alcaldía Cuauhtémoc
CP 06600, Ciudad de México
Tel. +52 55 5257 1084

Panamá

Sortis Business Tower
Piso 9, Calle 57
Obarrio - Panamá
Tel. +507 206 5200

Santo Domingo

Av. Abraham Lincoln 1069
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7
Suite 702, República Dominicana
Tel. +1 809 6161975

San José

Del Banco General 350 metros oeste
Trejós Montealegre, Escazú
San José, Costa Rica
Tel. +506 228 93240

Bogotá

Av. Calle 82 # 9-65 Piso 4
Bogotá D.C. - Colombia
Tel. +57 1 7438000

Lima

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro, Perú
Tel. +51 1 2229491

Quito

Avda. 12 de Octubre N24-528 y
Cordero - Edificio World Trade
Center - Torre B - piso 11
Ecuador
Tel. +593 2 2565820

Sao Paulo

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111
Cerqueira César SP - 01426-001
Brasil
Tel. +55 11 3060 3390

Rio de Janeiro

Rua Almirante Barroso, 81
34º andar, CEP 20031-916
Rio de Janeiro, Brasil
Tel. +55 21 3797 6400

Buenos Aires

Av. Corrientes 222, piso 8
C1043AAP, Argentina
Tel. +54 11 5556 0700

Santiago de Chile

Avda. Pdte. Kennedy 4.700,
Piso 5, Vitacura
Santiago
Tel. +56 22 207 32 00
Tel. +562 2 245 0924

ÀPACHE

parte de LLYC

Arturo Soria 97A, Planta 1
28027, Madrid, España
Tel. +34 911 37 57 92

CHINA

parte de LLYC

Velázquez, 94
28006, Madrid, España
Tel. +34 913 506 508

BESO

by LLYC

El Salvador 5635, Buenos Aires
CP. 1414 BQE, Argentina

Av. Santa Fe 505, Piso 15,
Lomas de Santa Fe,
CDMX 01219, México
Tel. +52 55 4000 8100

BAM

by LLYC

702 Ash Street, Unit 100,
San Diego, CA 92101, US



LLYC IDEAS

EXPLORAR. INSPIRAR.

IDEAS é o Centro de Liderança através do Conhecimento da LLYC.

Porque estamos testemunhando um novo roteiro macroeconômico e social. E a comunicação não fica para trás. Ela avança.

LLYC IDEAS é uma combinação global de relacionamento e troca de conhecimento que identifica, foca e transmite os novos paradigmas da sociedade e tendências de comunicação, a partir de uma posição independente.

Porque a realidade não é preto ou branco, LLYC IDEAS existe.

ideas.llorenteycuenca.com
www.revista-uno.com