

LLYC IDEIAS

EXPLORAR. INSPIRAR.



RELATÓRIO

**UMA SEGUNDA
OPORTUNIDADE
PARA A MINERAÇÃO
NA REGIÃO LATAM:
SOLUÇÕES PARA
REIVINDICAR A SUA
HISTÓRIA**

Setembro 2023

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	3
FICHA TÉCNICA	3
A mineração ilegal é o tema principal do debate	4
Existem dois protagonistas que, sem querer, contribuem para a negatividade	6
O ambiente como bandeira política	7
O setor comunica em círculos fechados	7
Circunstâncias próprias da região LATAM que aprofundam os estigmas	9
A 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 mineiro se encontra está sob constante escrutínio. É alvo de críticas e de ataques que parecem aprofundar uma ferida histórica marcada pelos erros do passado, pelas circunstâncias e pela desinformação.

Esta atividade, que no passado era interpretada como sinónimo de riqueza, prosperidade e desenvolvimento tornou-se, nas **conversas da sociedade**, à medida que os seus impactos se tornaram mais evidentes, num **antagonista**. Isto coincidiu com o crescimento das novas formas de comunicação, as quais deram **voz a um ativismo de oposição** que assumiu a função de transmitir de um lado da história principalmente negativo.

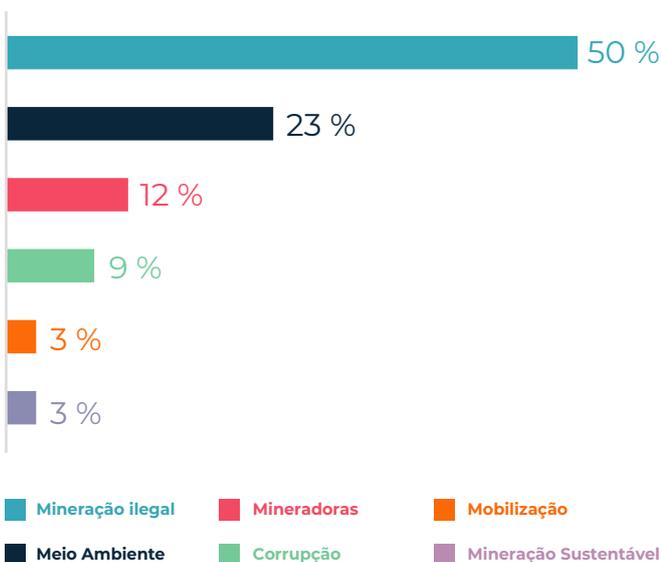
Por seu lado, **o setor aprendeu, reparou e corrigiu**. E atualmente centra-se em desenvolver os seus projetos numa perspetiva tecnicamente correta, contando, através de uma comunicação com um perfil tradicionalmente discreto, os resultados tangíveis do desenvolvimento que promovem. Isto é expresso através dos valores de investimento nos países através de regalias e evidenciando que as suas práticas são

sustentáveis. No entanto, são **mensagens que não parecem estar a criar uma ligação eficaz com a opinião pública**.

Na **LLYC acreditamos** que chegou o momento de **dar a volta a esta história e equilibrar as perceções** de um setor que não só tem nas suas mãos uma alternativa de **desenvolvimento** para milhões de pessoas na região, como também uma **responsabilidade** transcendental face ao grande desafio global da **transição energética**. Por conseguinte, **necessita de uma segunda oportunidade** para se projetar e se ligar à sociedade da forma correta.

Com este âmbito de pensamento, resultado de mais de duas décadas de trabalho em equipa com o setor mineiro em diferentes latitudes, especialmente na região LATAM, quisemos fazer uma análise de big data sobre o debate no setor que nos permitisse dimensionar, a partir das expressões espontâneas das pessoas e da abordagem dos meios de comunicação social, **qual é o estado da arte** em relação à **perceção da mineração na sociedade**. O objetivo: definir um roteiro que facilite uma reorientar a história do setor para obter o reconhecimento que o setor merece numa nova oportunidade de entendimento.

GRÁFICO DO TOTAL DA CONVERSA



FICHA TÉCNICA

Periodo de estudio	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 datos	Brandwatch, Twitter e notícias
Volume total de menções	1,464,510
Volume de autores	233,459

Este exercício permitiu-nos identificar durante um ano, em 10 países da América Latina, mais de **1,4 milhões de menções totais** sobre o setor mineiro em geral. E revelou conclusões que classificámos nos 6 pontos seguintes:

- **A mineração ilegal é o tema principal do debate:** 50% das menções sobre o setor fazem referência a este fenómeno criminoso.
- **Existem dois protagonistas que, sem querer, contribuem para a negatividade:** os governos e o próprio setor mineiro aprofundam imaginários que não se coadunam a um posicionamento correto do setor.
- **O ambiente como bandeira política:** o impacto da mineração é um argumento eleitoral e uma cruzada de gestão em governos locais e nacionais.
- **O setor comunica em círculos fechados:** os mesmos a falar com os mesmos, o impacto do setor no debate é mínimo e principalmente negativo.
- **Circunstâncias próprias da região LATAM que aprofundam os estigmas:** a corrupção, a violência e o tráfico de droga, entre outros problemas específicos da região, estão associados ao setor mineiro devido à ilegalidade da atividade.
- **A mineração sustentável, um antídoto insuficiente:** com apenas 2% de participação no total do debate, este território de comunicação não foi relevante para equilibrar um debate negativo associado a um grande passivo reputacional.

A MINERAÇÃO ILEGAL É O TEMA PRINCIPAL DO DEBATE

Talvez sem surpresa, os principais tópicos de debate associados à mineração têm um sentimento negativo. Mas existe uma novidade que chama à atenção: a **presença de mineração ilegal como o principal problema relacionado com a atividade.**

Com **50% de participação**, este conceito foi mencionado em mais de **732 mil ocasiões durante o último ano.** Isto reflete a forma como esta questão penetrou na consciência pública e gerou uma ampla cobertura, e como está intimamente relacionada com o setor em geral, o que aumenta a **dificuldade de projetar uma imagem correta do setor.**

As questões associadas a esta prática vão mais além do exercício de atividades fora dos limites da lei e estão intimamente relacionadas com outros atos criminosos, tais como a **violência , o tráfico de droga e a violação dos direitos humanos**, entre outros.

Embora as suas causas sejam diversas, existe uma que está intimamente relacionada com o efeito produzido pelo **encerramento de projetos mineiros** resultantes de uma pressão ativista que cada vez se torna mais relevante na região LATAM. Trata-se da **ocupação física** por parte de grupos criminosos dos acampamentos mineiros que ficam à deriva, onde já foram realizados e **divulgados** estudos de viabilidade do minério disponível.

Aí, começam a **extrair indiscriminadamente**, deixando na sua passagem um verdadeiro **passivo ambiental e social.** Um exemplo disto é o Equador, onde, desde o encerramento do projeto mineiro de Río Blanco, a zona foi alvo de grupos ilegais que intimidaram a população e causaram danos materiais e ambientais, num país onde, de acordo com a Agência de Regulação e Controlo da Energia e dos Recursos Naturais Não Renováveis, existe mineração ilegal em 17 das 24 províncias. Aos olhos da opinião pública, muitas vezes desinformada, **todo este efeito, embora ilegal, é atribuído ao setor mineiro**, o que se reflete em **22%** das menções à extração ilegal serem provenientes precisamente do Equador.

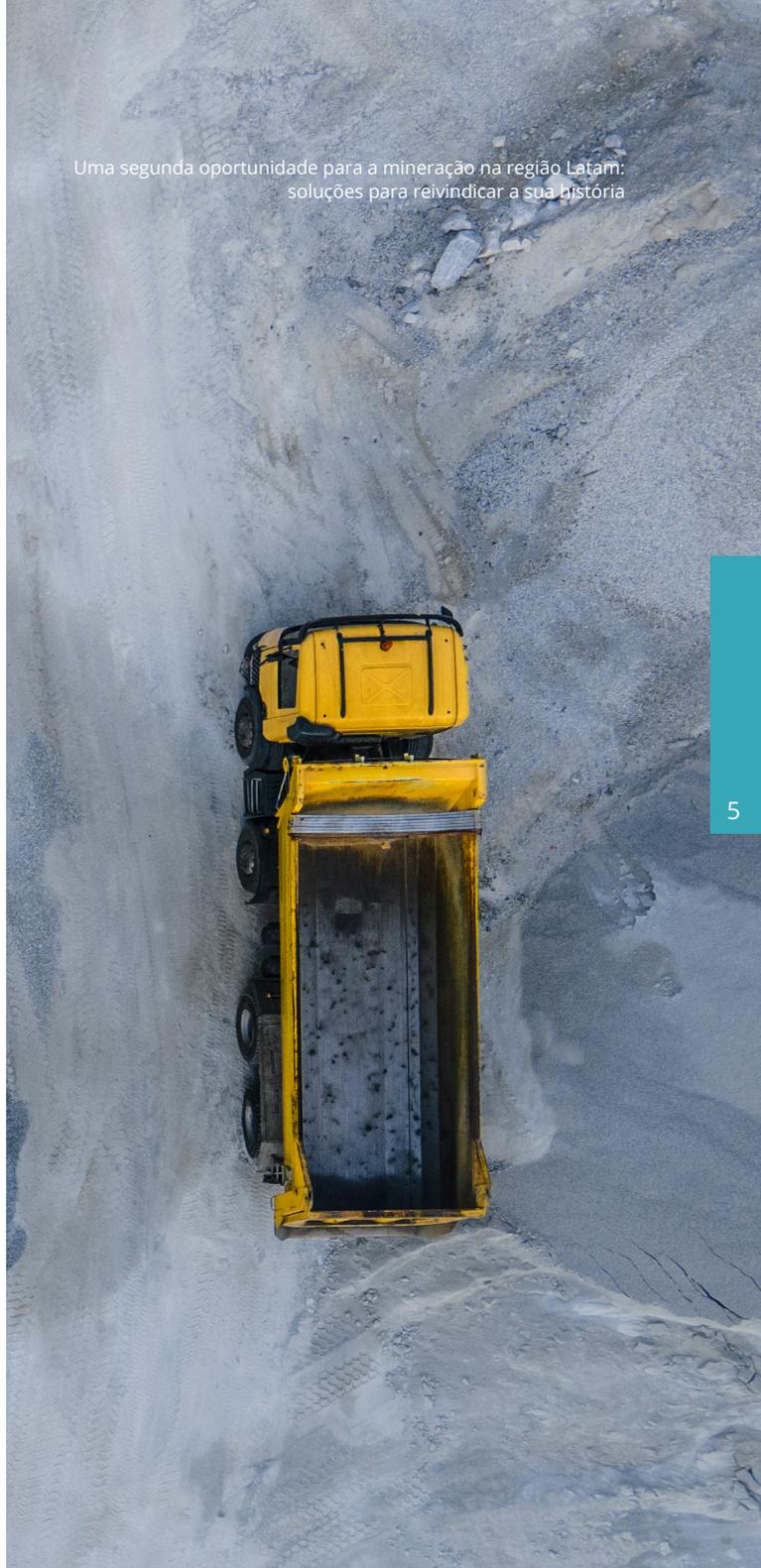
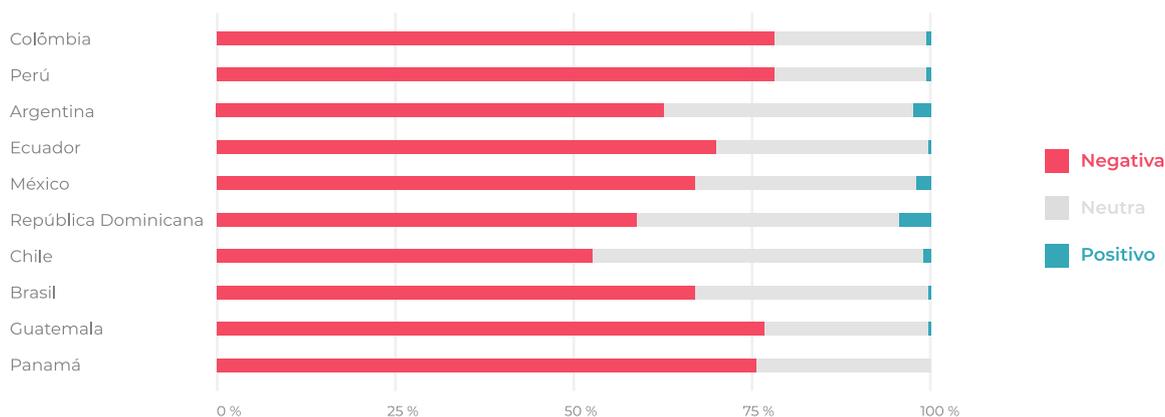
Em termos de sentimento, embora em todos os países da região prevaleçam as expressões de rejeição do exercício ilegal da atividade, com mais de 60% em geral, destaca-se a participação do Peru, com 80% do debate resultante da ligação entre a mineração ilegal e os protestos e a violência. Nos meios de comunicação social, por exemplo, vários títulos sugerem que o tráfico de droga e a extração ilegal podem estar na origem das manifestações violentas que têm ocorrido recentemente.

É também de salientar o caso da Colômbia, que, com 72% do debate, se centra na participação de grupos armados e organizações criminosas na mineração ilegal, o que gerou uma preocupação crescente com a segurança nas zonas vizinhas.

A notoriedade deste debate negativo deve-se, entre outros fatores, à relevância dos autores, que maioritariamente são os governos e os meios de comunicação social, que replicam declarações oficiais nas quais é feita constantemente referência a este crime e às suas consequências associadas a grandes desafios como a reorganização das terras, uma das bandeiras do presidente Gustavo Petro.

A relevância e o alcance dos perfis oficiais é tal que, desse 72% do total do debate negativo sobre a ilegalidade, 25% dos autores são pró-governo Petro (o próprio, os seu gabinete e seguidores). Mas também entram na equação os opositores, que com 13% abordam o tema, mas na perspectiva de criticar a sua gestão e a da sua antigo Ministra de Minas e Energia enquanto responsável por essa pasta, combatendo este crime e propondo soluções.

Gráfico do sentimento expresso em relação à mineração ilegal:



EXISTEM DOIS PROTAGONISTAS QUE, SEM QUERER, CONTRIBUEM PARA A NEGATIVIDADE

Na América Latina, o âmbito do ativismo anti-mineração intensificou-se. A isto acresce a instabilidade jurídica que o setor atravessa em vários países. Ambos ameaçam a viabilidade dos seus projetos. **As empresas sentem-se constantemente em desvantagem** pela forma como são tratadas pela sociedade, pelos meios de comunicação social e pelos governos. E isso reflete-se no debate. **Não são reconhecidas as suas contribuições** tanto para as comunidades como para os Estados, nem mesmo nas fases de exploração e de retorno nulo do investimento.

Perante este sentimento de iniquidade, **o setor** identificou o problema da ilegalidade e começou a chamar a atenção para o risco que representa, integrando assim no seu próprio discurso o **conceito de mineração ilegal**, o qual é frequentemente cunhado pelo setor em diferentes espaços mediáticos e de relacionamento.

Isto é positivo do ponto de vista argumentativo, uma vez que a mineração formal é precisamente a alternativa mais eficiente para travar o crime e conter os efeitos sociais e ambientais que estas práticas ilegais geram. Mas também **contribuiu para aumentar a relevância da ilegalidade no debate associada ao setor**, o que, aos olhos de um público geral e descontextualizado, gera confusão, **atribuindo possivelmente os efeitos negativos desta prática a todo o setor formal**.

Além disso, alguns governos da região, como é o caso da Colômbia ou do Equador, assumiram a luta contra a **mineração ilegal como parte das suas agendas**, aumentando assim a visibilidade não só da atividade, como também do termo. Isto reflete-se no debate, no qual as associações de palavras relacionadas com a mineração ilegal são, em grande medida, impulsionadas pelo Estado. **As palavras GOVERNO e ESTADO, totalizam quase 34 mil menções associadas**.

No Peru, por exemplo, **29%** das menções que associam a mineração à ilegalidade têm uma **ligação direta ao governo**, na perspetiva dos grandes obstáculos que esta prática representa para a liderança de Dina Boluarte.



O AMBIENTE COMO BANDEIRA POLÍTICA

Em relação ao total do debate sobre o setor mineiro, o **impacto negativo da atividade no ambiente ocupa o segundo lugar**, com 23%, representado por mais de 336 mil menções.

Para o analisar, temos de partir do reconhecimento de que, no passado, o setor cometeu erros, muitas vezes involuntários, na gestão ambiental. Os quais, como a conversa revela, ainda fazem parte do imaginário coletivo. **A mineração moderna envidou esforços a nível técnico para aprender com estes, para corrigir e garantir** que a atividade é executada de acordo com quadros regulamentares que garantam a proteção do ambiente, e trabalhar em estratégias de CSR que satisfaçam as necessidades básicas nas suas comunidades de influência direta. Porém, parece que os próprios **não foram suficiente para contrariar um estigma** que é alimentado por uma **agenda ativista centrada no não reconhecimento desta evolução para práticas responsáveis**.

Trata-se de um ativismo férreo, fechado à possibilidade de diálogo, que não propõe alternativas, mas que se centra em perseguir projeto a projeto, especialmente na América Latina, procurando a sua inviabilidade, alavancando o seu discurso na proteção ambiental, mas muitas vezes apoiado por **agendas políticas locais** que tomam a **causa anti-mineração** como uma **bandeira eleitoral**, o que reforça o seu poder de amplificação.

A isto crescem circunstâncias de elevado impacto global. Um exemplo é a deflorestação da Amazónia, que ocupa um lugar preponderante no debate, impulsionada tanto pelos meios de comunicação social, com coberturas aéreas que mostram o estado alarmante da zona, como pelos **governos, especialmente os da Colômbia e do Brasil** (tanto em fase de campanha como em funções), os quais, entre as causas desta emergência ambiental, atribuem uma parte à mineração, principalmente ilegal.

O SETOR COMUNICA EM CÍRCULOS FECHADOS

A participação do **setor no universo mais vasto do debate representa um terceiro lugar** no total geral das menções (12%), com pouco mais de 175 mil. Estas navegam entre a negatividade expressa pela opinião pública e a positividade impulsionada pelo próprio setor.

No que respeita ao negativo, as empresas mineiras dos países latino-americanos que estabelecem alianças com a China e a Rússia para projetos de investimento e extração de minerais são castigadas, principalmente nos meios de comunicação social. **A ética** destas empresas é posta em causa através de acusações relacionadas com assuntos legais complexos, incluindo denúncias de omissão de interesses, violações dos direitos e da legislação indígenas, assim como atividades mineiras ilegais.

As **menções positivas** estão **centradas no território da sustentabilidade**, que representa **2%** do total do debate. Neste subtema, apenas **5%** tem uma associação de **sentimento positivo**, que é principalmente impulsionado pelo próprio setor através da sua comunicação empresarial sobre resultados sociais e planos de investimento, e reforçado pelos sindicatos através de eventos setoriais. Isto reflete uma realidade aparente: **a transmissão de mensagens positivas centradas em elementos-chave como a sustentabilidade está a ser discutida e replicada pelo mesmo círculo de influência, sem gerar impactos relevantes nem transcender na sociedade**.

Dentro deste pequeno subgrupo de menções sobre a mineração sustentável, a maioria é derivada de **eventos setoriais (21,7%)**, sendo o **Chile** o país onde mais se fala sobre o assunto e onde se destaca um compromisso crescente do setor com a mineração responsável, tal como demonstrado pelo número de reuniões e congressos centrados neste tópico como uma plataforma para que as partes interessadas o debatam. **O problema parece ser o fato de serem os mesmos a falar com os mesmos**.

Outros dois assuntos que giram em torno das discussões setoriais com a nuance da sustentabilidade têm a ver **com os desafios legais (14,6%)** e o **impacto económico da atividade (13,9% das menções)**, com principal prevalência na **Argentina**.

Aí discute-se a urgência de **implementar códigos e regulamentos mineiros atualizados**, destacando a importância de realizar revisões periódicas para garantir a modernização do setor. Também está presente no debate a existência de **fundos de investimento, subvenções e apoios financeiros** destinados a projetos mineiros sustentáveis, centrando-se na relevância de financiar iniciativas que promovam uma **mineração responsável** e a importância de apoiar a mineração sustentável como parte da estratégia para minimizar o impacto ambiental e cumprir os compromissos de redução de emissões.

“A transmissão de mensagens positivas centradas em elementos-chave como a sustentabilidade está a ser discutida e replicada pelo mesmo círculo de influência, sem gerar impactos relevantes nem transcender na sociedade”

CIRCUNSTÂNCIAS PRÓPRIAS DA REGIÃO LATAM QUE APROFUNDAM OS ESTIGMAS

Embora as questões relacionadas diretamente com o setor e as suas operações liderem o debate, percentagens significativas do debate referem-se a problemas recorrentes no âmbito político e social da América Latina.

Por um lado, está a **corrupção. Esta ocupa o quarto lugar entre as questões mineiras, com 9%**, e centra-se maioritariamente na relação dos governos e das instituições públicas com membros de organizações ilícitas envolvidas na extração ilegal. No entanto, também foi abordada, embora em menor grau, a relação dos políticos com os empresários ligados ao setor e com as forças da oposição, apontando conflitos de interesses e a presença de **práticas antiéticas que influenciam as posições das administrações provinciais e municipais a favor ou contra os projetos mineiros**, como a distribuição de dádivas para influenciar a emissão de licenças e a emissão de mensagens que influenciam as comunidades a tomar uma posição. Este último **corrói a confiança do público em geral**, que tende a considerar casos particulares e a universalizá-los na sua imaginação, em detrimento do setor.

Um dado importante a mencionar é que **a instituição mais relacionada com a corrupção nos debates é a polícia**, com mais de **10 mil menções**. É muito comum ver que os vários meios de comunicação social da região abordam constantemente nas suas agendas as ligações das forças de segurança pública com criminosos e políticos corruptos, ou as detenções de agentes envolvidos em atividades ilegais.

Por outro lado, **as mobilizações sociais** que ocorreram na região nos últimos anos também se manifestam como um tema-chave que **compreende até 3% do debate geral sobre mineração**. Problemas como a já referida corrupção, a falta de institucionalidade e o risco para o ambiente são os principais catalisadores

do protesto latino-americano em relação ao setor. O tratamento dado pelos meios de comunicação social a esta cobertura destaca que os protestos estão a provocar muitos mortos e feridos. **Neste caso, conjugam-se vários aspetos da questão**. Por um lado, as mobilizações de ativistas contra o setor; por outro lado, as mobilizações que exigem medidas urgentes contra a mineração ilegal e as mobilizações gerais contra a gestão dos governos nacionais, sendo a estas últimas que se atribui a violência gerada pelos grupos de narcotraficantes e pelos mineiros ilegais.

Neste sentido, um aspeto a observar é a relevância dos **direitos humanos (33% do debate relacionado com a extração ilícita)**, que se manifesta nas manifestações de protesto e na cobertura dada por determinados setores. Especificamente, as menções referem-se a aspetos como o impacto na saúde das pessoas devido à utilização de elementos como o mercúrio, que também tem impacto nas fontes de água, e o tráfico de seres humanos.

O país mais ativo nesta matéria é a Colômbia, seguida da Argentina e do Peru. E o principal canal de conversação são as notícias, uma vez que existem muitas organizações associadas aos direitos humanos com uma forte presença na região que estão constantemente a produzir conteúdos.

“Por outro lado, as mobilizações sociais que ocorreram na região nos últimos anos também se manifestam como um tema-chave que compreende até 3% do debate geral sobre mineração”

A MINERAÇÃO SUSTENTÁVEL, UM ANTÍDOTO INSUFICIENTE

No seu posicionamento perante a sociedade, a indústria passou por muitas fases, mas talvez uma das mais recentes tenha sido a de **englobar num único termo** o impacto positivo das suas atividades e o cuidado com que são realizadas. **Trata-se da chamada mineração sustentável.**

No entanto, apesar dos esforços crescentes das empresas para continuarem a comunicar a partir desta vertical, **o seu impacto na conversação é baixo (2%)** em comparação com o grande universo de menções sobre o setor.

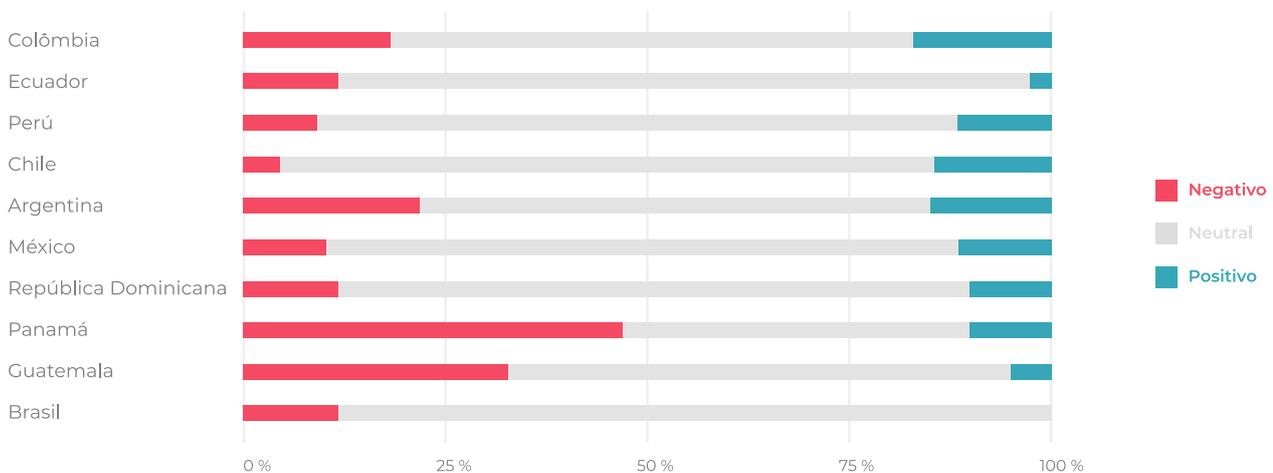
Apesar de a **palavra mais destacada ser desenvolvimento (mais de 2 mil menções)**, entendido como a colaboração e a cooperação entre diferentes atores para desenvolver soluções e promover práticas de mineração responsáveis, **o sentimento com que se discute a mineração sustentável ainda é maioritariamente neutro (74%)**. E baseia-se nas informações promovidas principalmente pela indústria através de demonstrações dos seus planos de gestão

ambiental e do trabalho comunitário, que, ao que parece, não estão a chegar ao exterior do seu próprio círculo.

Um exemplo disso é o **Brasil, onde a neutralidade é praticamente total e não existe qualquer sentimento positivo** em relação a este conceito. Isto está relacionado, em primeiro lugar, com uma participação muito baixa do setor em geral nas conversações, e com o facto de o impacto da atividade, especialmente ilegal, estar relacionado com um problema geral como a desflorestação da Amazónia.

Em contraste, mas sem se tornar um marco considerável, está o **Chile, o país onde há mais menções favoráveis ao termo**, relacionadas com o facto de ser uma nação com uma indústria mineira mais madura e cuja importância económica é reconhecida. Por seu lado, a liderar o sentimento **negativo (14%)** estão países como **o Panamá e a Guatemala**. Isto deve-se ao ceticismo em relação à noção de “mineração sustentável”. Esta última é impulsionada por um ativismo antimineiro que, embora provenha principalmente do vizinho El Salvador, impregnou o imaginário coletivo, castigando a atividade e pondo em risco o seu desenvolvimento.

Gráfico de sentimentos sobre a exploração mineira sustentável:



No entanto, o facto de o posicionamento do conceito de “exploração mineira sustentável” ser ainda limitado pode também estar relacionado com o facto de a comunicação nesta área ser feita principalmente através de **eventos setoriais (21,7% das menções)**. Embora as boas práticas sejam transferidas, como já foi referido, limitam-se a discussões que não ultrapassam o círculo empresarial e industrial. **A Argentina e o Peru** lideram neste domínio.

A outra característica promovida pela indústria em relação à sustentabilidade é o **destaque do impacto económico da exploração mineira (13,9% das menções)**, que, embora apresente dados sobre os contributos para o Estado, a geração de emprego e até a redução da pobreza, mantém o debate a um **nível técnico que não se associa ao cidadão comum**, que ainda tem dificuldade em compreender a relevância da atividade para o seu quotidiano. A Argentina lidera este subdomínio, enquanto o Brasil e o Panamá são os países menos envolvidos nesta discussão.

No entanto, começam a ver-se esforços da indústria para abordar outras questões de interesse para as comunidades e para desmistificar muitas das ideias que persistem sobre o setor. Nesse sentido, surgem, ainda de forma incipiente, temas como a **gestão de resíduos (5,1% das menções)**, focado no aproveitamento de rejeitos, e a **recuperação ambiental (1,4% das menções)**, focado na mitigação de impactos, redução da pegada de carbono e implementação de tecnologias, embora também com uma abordagem técnica e pouco compreensível.

“Começam a ver-se esforços da indústria para abordar outras questões de interesse para as comunidades e para desmistificar muitas das ideias que persistem sobre o setor”

Uma segunda oportunidade para a mineração na região Latam: soluções para reivindicar a sua história



SOLUÇÕES PARA PROJÉTAR MAIS E MELHOR O VALOR PARA O SETOR

A boa notícia é que ainda é possível **reorientar a história para construir uma narrativa que maximize o que a indústria faz e lhe permita obter o devido reconhecimento da sociedade**. O segredo está em corrigir uma tendência passiva na comunicação e abraçar a proatividade para dizer ao mundo qual é a verdadeira relevância do setor.

MUDAR A NARRATIVA

Se 50% das manifestações espontâneas da opinião pública relacionam a exploração mineira ilegal com a exploração mineira enquanto indústria, são precisamente **as empresas e os governos quem deve afastar-se deste conceito e rejeitá-lo**. A exploração mineira, enquanto atividade, é legal porque inclui processos responsáveis e industriais que garantem a sua realização em harmonia com o ambiente. E é precisamente o setor que está em melhor posição para combater a ilegalidade.

É imperativo chamar as coisas pelos nomes.

A extração ilegal de recursos naturais (e não a exploração mineira ilegal) é um crime que, infelizmente, não será travado por mais que se proíba a exploração mineira em qualquer latitude. Porque, perante uma jazida em atividade, os grupos ilegais não perderão a oportunidade de lucrar, com todos os fenómenos sociais que isso implica.

Partindo desta premissa, a indústria necessita de uma posição clara, capaz de transmitir a mensagem às sociedades (pessoas e autoridades) de que a **melhor forma de travar este fenómeno devastador é precisamente através de um exercício legal, regulamentado e formal**. Este é possivelmente um dos principais argumentos para o setor gerir a sua licença social para operar.

EVOLUIR NA COMUNICAÇÃO

A indústria já **reconheceu os seus erros** e investiu em **para os remediá-los** para fazer da exploração mineira uma das atividades económicas mais modernas e sustentáveis. No entanto, persiste o **sentimento** de que todos estes **esforços não estão a gerar retorno** e de que o setor continua a estar na mira das autoridades, dos meios de comunicação social e das comunidades, o que aumenta o sentimento de injustiça das empresas mineiras face à posição muito mais laxista que os mesmos atores sociais têm em relação à extração ilegal.

Embora este seja um sentimento válido e bem fundamentado, o setor não pode permanecer na dinâmica de **“porque é que o outro não é julgado e eu sou”**. Porque continua a partilhar o seu território de discussão com uma atividade que lhe é totalmente estranha e que, como já referimos, não deve ser chamada mineração. Pelo contrário, é tempo de o setor se atualizar e, utilizando as importantes ferramentas à sua disposição, dar o **salto para competir em pé de igualdade com outros setores tradicionalmente “mais próximos” do cidadão comum**. Já foi dito várias vezes: a exploração mineira é uma das indústrias de base que permite a outras indústrias fornecer às pessoas bens e serviços que são básicos para a vida humana.

SAIR DO CLICHÊ DA SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade como atributo **não tem sido um antídoto para o volume e o sentimento negativo em relação ao setor**. Mas este termo não é exclusivo do setor mineiro, uma vez que, ao longo da última década, tem sido repetidamente cunhado, sendo associado a praticamente todas as boas práticas empresariais em qualquer setor, perdendo assim legitimidade. E isto é intensificado numa indústria altamente estigmatizada.

É tempo de **evoluir** a forma de chamar a atenção para as ações ambientais, sociais e económicas das empresas mineiras, procurando territórios de comunicação que gerem identificação dos públicos de interesse com o propósito do setor.

A exploração mineira deve ser sustentável (o que deve ser um dado adquirido), mas precisa **de se exprimir como responsável, moderna, consciente e inovadora** para que, aceitando que, como todas as atividades, gera impactos, seja também o melhor aliado da sociedade para tornar possível uma transformação energética vital, baseada na gestão correta dos recursos naturais.

HUMANIZAR O DISCURSO E ATIVÁ-LO

De nada serve ao nível empresarial compreender os sentimentos das comunidades, entender as características do ambiente sociopolítico, conceber um storytelling diferenciador e começar a separar-se dos estigmas da ilegalidade se o discurso não for transferido das **peessoas**. Na nossa era, a **confiança** em relação às marcas está a perder cada vez mais a sua validade e são as pessoas que gerem as perceções, entre outras razões porque emocionalmente precisamos de uma **ligação empática**.

A melhor forma de contrariar as perceções negativas da indústria, e especialmente o ativismo antimineiro, é através de um ativismo empresarial estruturado que é conduzido pelos líderes da organização e replicado pelos seus colaboradores.

Não se trata de gerar conflitos, mas de começar a **equilibrar uma conversa**, até agora capitalizada pelos adversários, através de intervenções claras e diretas, que valorizem todo o storytelling sem rodeios, falando na língua das pessoas e explicando repetidamente qual é o verdadeiro contributo de valor (a curto e a longo prazo) do projeto e do setor para as suas vidas e as das gerações futuras.

BATER E BATER ÀS PORTAS, MESMO COM OS DETRATORES

A diplomacia empresarial exige perseverança e paciência. Ainda mais quando um setor tem um passivo reputacional que fecha portas, muitas vezes sem argumentos. A chave da gestão das relações, para além da transparência, é precisamente a capacidade de não desistir e de procurar constantemente espaços

de encontro e, sobretudo, **os pontos de convergência que podem fazer ouvir um ator contrário ou um regulador complexo**.

Mais uma vez, argumentos como a alternativa para travar a ilegalidade, aliados à capacidade do setor privado para resolver eficazmente questões sociais complexas, em colaboração com os Estados, são trunfos fundamentais a valorizar.

FAZER PARTE DA HISTÓRIA DOS SEUS VIZINHOS

Para impregnar a consciência coletiva das comunidades com mensagens a favor de um projeto mineiro, não basta transmitir a informação uma vez e só uma vez. Para além de adaptarem a sua mensagem à linguagem dos seus públicos, as empresas devem transmiti-la sistematicamente através de vários canais **para que a marca se torne parte do quotidiano das pessoas**.

Um ecossistema amplo deve considerar o que é mais consumido pelos grupos humanos, desde as redes sociais e plataformas tecnológicas, como as cadeias de Whatsapp, até aos clássicos da comunicação comunitária que ainda são válidos para este setor, como a rádio, o perifoneo, os outdoors comunitários, os jornais locais, e todas as associações que podem ligar a empresa a causas que a conectam, como o desporto, o empreendedorismo e a agricultura, entre muitas outras alternativas. **A chave é identificar o percurso das comunidades e penetrar nele de forma orgânica**.

SAIR DO CÍRCULO DE CONFIANÇA

Pelo que vimos nesta análise, os espaços de conversação em que a indústria exprime habitualmente a sua proposta de valor estão limitados ao mesmo círculo setorial. Por outras palavras, são **as mesmas pessoas a falar com as mesmas pessoas**, o que não permite que a mensagem seja posicionada noutras áreas que geram maior amplificação e impacto.

Com bons argumentos, **a indústria deve começar a participar em debates sobre a transformação energética, o fomento do emprego formal e do empreendedorismo ou a gestão ambiental adequada em cenários de outros setores**, onde possa mostrar como tem sido um exemplo de verdadeira evolução e de trabalho em parceria com as comunidades e os governos, do qual muitos setores com problemas semelhantes, mas possivelmente menos estigmatizados, poderiam aprender e beneficiar.

O campo de ação está pronto. O setor já compreendeu, corrigiu e implementou mudanças ao nível da gestão. E conhece também as características e o alcance dos seus adversários. Chegou o momento de mudar as regras do jogo e assumir o segundo semestre como uma oportunidade de reivindicar a sua história, construindo uma nova e assertiva narrativa para começar a ganhar, equilibrando a balança para um cenário em que a sociedade compreenda o valor do setor mineiro, para que lhe seja permitido contribuir como 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
CHINA
parte de LLYC
marta.aguirrezabal@chinapartedellyc.com

Pedro Calderón

Sócio Fundador e Diretor Executivo
CHINA
parte de LLYC
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
jcgozzer@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
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
jcgozzer@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

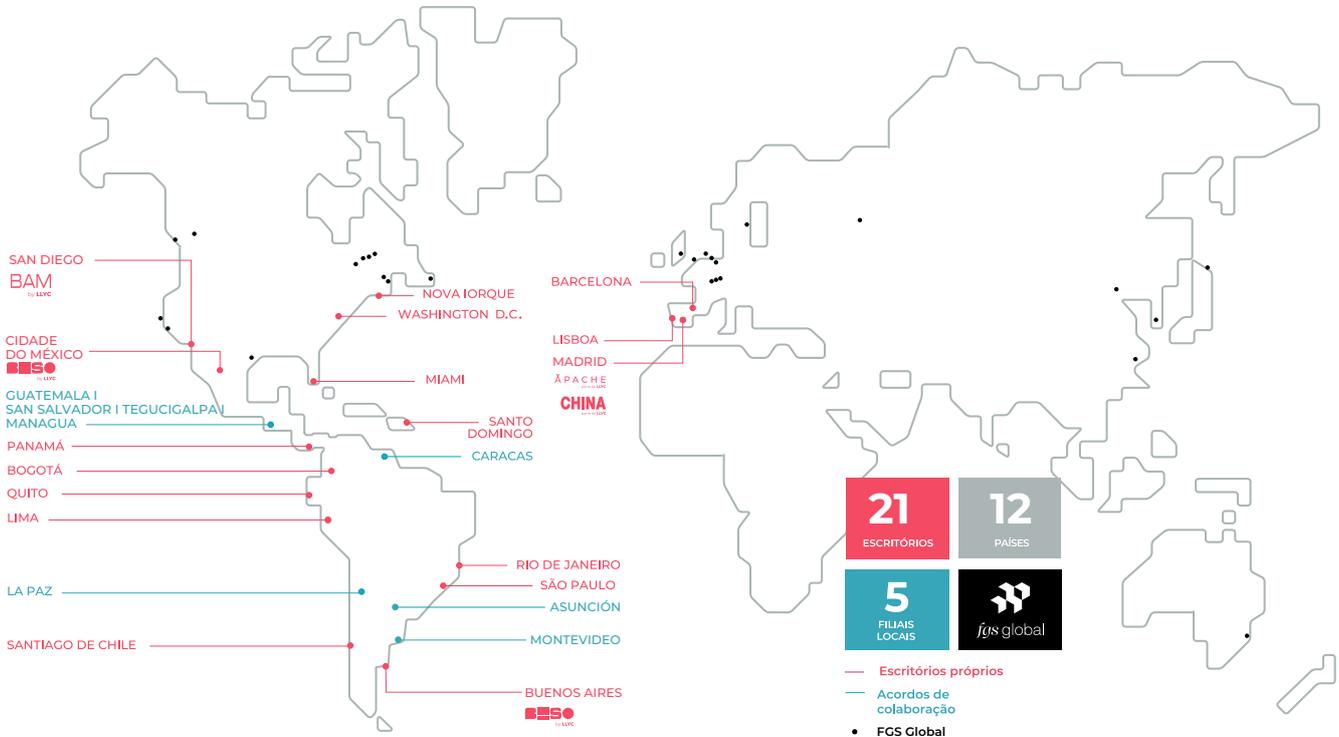
Alejandro Dominguez

Diretor Sênior Digital Europa
adominguez@llorenteycuenca.com

Fernanda Hill

Diretora Geral da BESO pela LLYC
BESO
by 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^a
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 IDEIAS

EXPLORAR. INSPIRAR.

IDEIAS 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 IDEIAS 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 IDEIAS existe.

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