FAZ PARTE DA SUA HISTÓRIA!

IBRAM
MINERAÇÃO DO BRASIL

PRÊMIO UNIVERSITÁRIO
ABERJE

RP ECA USP 2019

Júlia Perillo

Ludmilla Souza

Raquel Carvalho

DESAFIO

CRIAR SOLUÇÕES QUE PROMOVAM A TRANSPARÊNCIA ATIVA DO SETOR MINERAL

MODERNIZAÇÃO DO SETOR

REPUTAÇÃO E IMAGEM

SOCIOECONÔMICO E CULTURAL

SETOR MINERAL

Reputação junto à IMPRENSA em 2021

N = 5 entrevistas qualitativas

Reputação junto aos Líderes Comunitários em 2021

N = 5 entrevistas qualitativas

Reputação junto ao Poder Público em 2021

N = 5 entrevistas qualitativas

Reputação com Público Geral

▲ +11,9 / Δ21-20

REPUTATION TRACK

PESQUISA DE CAMPO

MINERAÇÃO
2° setor menos conhecido

BARRAGEM DE REJEITOS
Assunto mais conhecido

"OURO" E "ACIDENTE"
Palavras mais associadas

SUSTENTABILIDADE E DIVERSIDADE: Assunto que mais gera interesse

Formatos preferidos
Vídeos 5 a 10 minutos
Leituras curtas

Classificam o **setor** mais importante para **economia** do que para **sociedade**

Fonte: Formulário com 50 respondentes, AS, NET.

O QUE?

construir uma **nova perspectiva de futuro** para o setor da mineração

O QUE?

construir uma **nova perspectiva de futuro** para o setor da mineração

POR QUE?

ressignificar a mineração brasileira no **imaginário** dos públicos

O QUE?

construir uma **nova perspectiva de futuro** para o setor da mineração

POR QUE?

ressignificar a mineração brasileira no **imaginário** dos públicos

COMO?

posicionando-a de forma **humana, transparente, sustentável** e **responsável**

ESTRATÉGIA

Desconstruir os **estigmas** negativos relacionados ao setor criando vínculos baseados na **confiança.**

SETOR MINERAL

=

AGENTE TRANSFORMADOR

ESTRATÉGIA

Desconstruir os **estigmas** negativos relacionados ao setor criando vínculos baseados na **confiança.**

SETOR MINERAL

PESSOAS
TRANSFORMAÇÃO
SEGURANÇA

=

HISTÓRIAS
SUSTENTABILIDADE
DIVERSIDADE

TRANSPARÊNCIA

MENSAGENS-CHAVE

PODER TRANSFORMADOR
DA MINERAÇÃO

A MINERAÇÃO ESTÁ
NO NOSSO DIA-A-DIA

A MINERAÇÃO FAZ PARTE
DA NOSSA HISTÓRIA

FAZ PARTE DA SUA HISTÓRIA!

PLANO DE COMUNICAÇÃO

FAZ PARTE DA SUA HISTÓRIA!

- MINERADORAS FUNCIONÁRIOS
- COMUNIDADES LOCAIS
- VEÍCULOS DE IMPRENSA
- PÚBLICO GERAL

COMUNIDADES LOCAIS

ESCUTA ATIVA

HORIZONTALIDADE

PRESENÇA COTIDIANA

CONSTRUÇÃO COLETIVA

"Construir relações com pessoas de quem se depende é mutuamente recompensador. Pois se apenas doa, entrega e nunca recebe, a relação se esgota."

Van Riel Especialista em reputação corporativa

"Construir relações com pessoas de quem se depende é mutuamente recompensador. Pois se apenas doa, entrega e nunca recebe, a relação se esgota."

Van Riel Especialista em reputação corporativa

"O público interno é um público multiplicador. Na sua família e no seu convívio (...) o empregado será um porta-voz da organização, de forma positiva ou negativa"

Margarida Kunsch Referência em Comunicação Organizacional

MINERADORAS/FUNCIONÁRIOS

PROGRAMA ELOS

Rede de facilitadores
Diferentes níveis hierárquicos
Comunicação rápida e assertiva

MINERADORAS/FUNCIONÁRIOS

PROGRAMA ELOS

Rede de facilitadores
Diferentes níveis hierárquicos
Comunicação rápida e assertiva

exame.

Na Toyota, influenciadores florescem dentro de casa

BENCH MARK

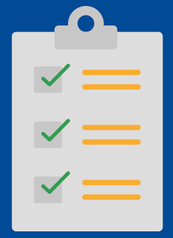
PROGRAMA ELOS

Quem fez e faz parte das atividades mineradoras!

FUNCIONÁRIOS
VOLUNTÁRIOS

AGENTES
COMUNICADORES

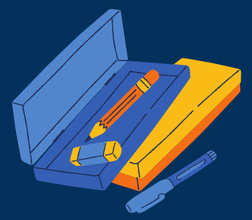
PREPARAÇÃO
E INFORMAÇÃO



ENGAJAR E
HUMANIZAR

COMUNIDADES LOCAIS

MINERANDO O FUTURO



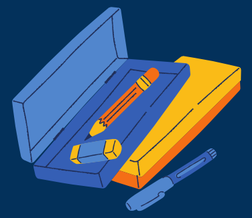
WORKSHOPS INTERATIVOS

VISITAS GUIADAS

CONTEÚDOS FOCADOS

COMUNIDADES LOCAIS

MINERANDO O FUTURO



WORKSHOPS INTERATIVOS

VISITAS GUIADAS

CONTEÚDOS FOCADOS

PARCERIA COM ESCOLAS PÚBLICAS

MATERIAIS EXCLUSIVOS P/ EDITORAS

DOM BOSCO
POSITIVO
editora scipione
editora ática
OBJETIVO

CONTEÚDOS FOCADOS

- Além do técnico;
- Entender a história;
- Perceber também a sua importância histórica;

CONTEÚDOS FOCADOS

- Além do técnico;
- Entender a história;
- Perceber também a sua importância histórica;

WORKSHOPS INTERATIVOS

- Oficinas de atividades;
- Estímulo à produção artística e cultural
- Agentes facilitadores;

CONTEÚDOS FOCADOS

- Além do técnico;
- Entender a história;
- Perceber também a sua importância histórica;

WORKSHOPS INTERATIVOS

- Oficinas de atividades;
- Estímulo à produção artística e cultural
- Agentes facilitadores;

VISITAS GUIADAS

- Visitação às mineradoras
- Aprendizado de saberes na prática;
- Entender o cotidiano;

KIT MINERANDO O FUTURO

"As empresas são histórias e são alimentadas e criadas por suas histórias. Quando as empresas as esquecem, elas também são esquecidas."

Paulo Nassar Diretor-presidente da ABERJE e professor titular da ECA-USP
Carlos Parente Diretor da Midfield Consulting e coordenador na Escola Aberje de Comunicação

"O passado, convocado para intensificar o presente, passa a ser elemento de identificação (...) e instaura-se como prenúncio do futuro. "

Ana Paula Goulart Ribeiro Professora da UFRJ
Marialva Barbosa Professora da UFF

Museu do **Amanhã**

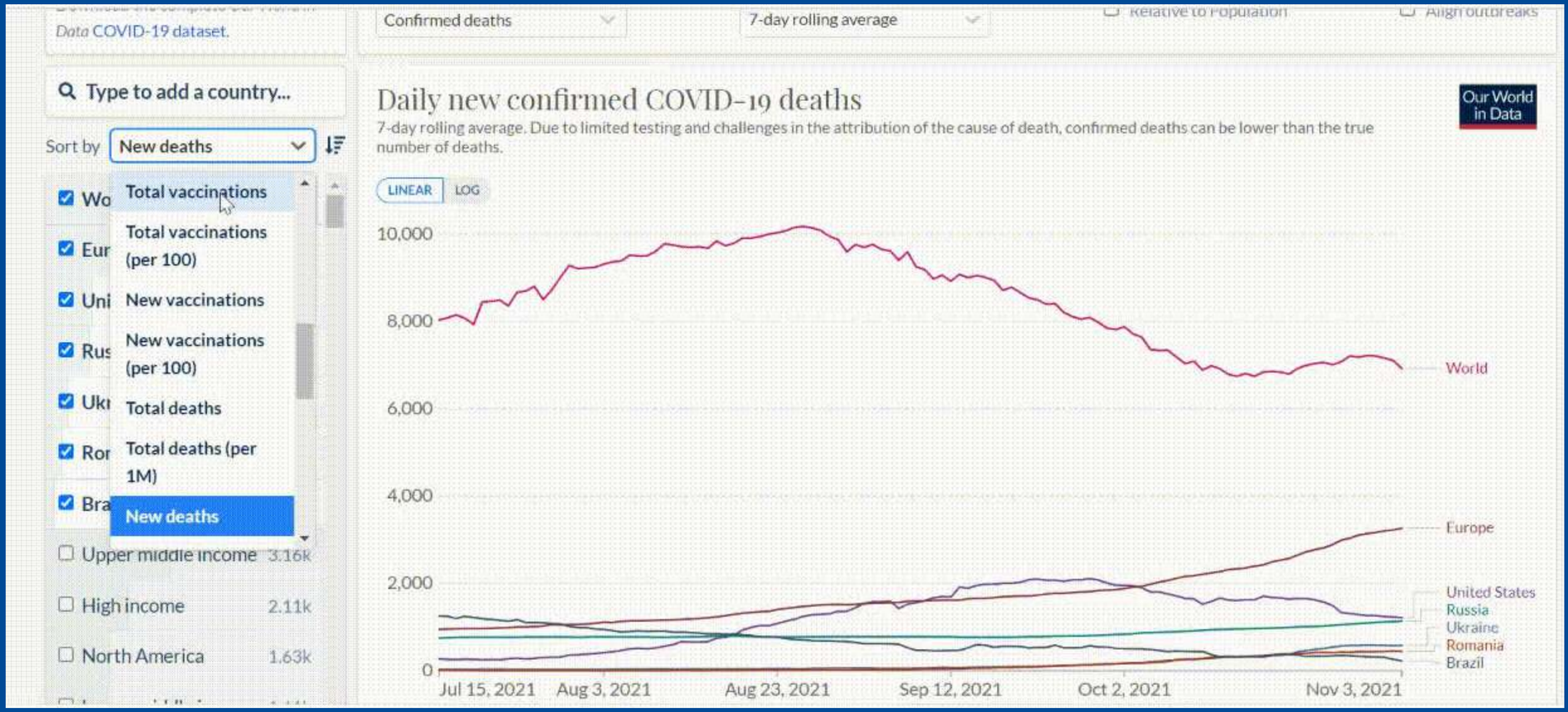
Humanização
Narrativas
acessibilidade

Nem todo **museu**
vive de **passado**

Acervo parceiro
Didática
Informação

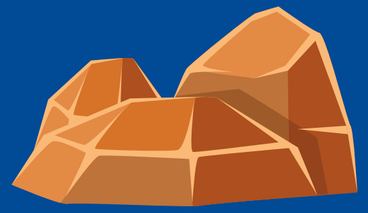
PÚBLICO GERAL

MUSEU DA MINERAÇÃO
o museu
mineração
acompanhe
IBRAM
MINERAÇÃO DO BRASIL
/tour
/minérios
/guias
/gráficos
GERDAU


Data COVID-19 dataset.
Confirmed deaths
7-day rolling average
Relative to Population
Align outbreaks
Type to add a country...
Sort by
New deaths
Total vaccinations
Total vaccinations (per 100)
New vaccinations
New vaccinations (per 100)
Total deaths
Total deaths (per 1M)
New deaths
Upper middle income 3.16k
High income 2.11k
North America 1.63k
Daily new confirmed COVID-19 deaths
7-day rolling average. Due to limited testing and challenges in the attribution of the cause of death, confirmed deaths can be lower than the true number of deaths.
Our World in Data
LINEAR
LOG
10,000
8,000
6,000
4,000
2,000
0
Jul 15, 2021
Aug 3, 2021
Aug 23, 2021
Sep 12, 2021
Oct 2, 2021
Nov 3, 2021
World
Europe
United States
Russia
Ukraine
Romania
Brazil

OS GUIAS DO MUSEU?

Quem fez e faz parte das atividades mineradoras!



HISTÓRIA
E INFORMAÇÃO

CARTA
COMPROMISSO

DASHBOARDS
INTUITIVAS

ATIVAÇÕES
NO TIKTOK

ATIVAÇÕES
NO TIKTOK

MÍDIA

0-17	15%	
18-20	8%	
21-24	20%	
25-34	49%	
35-54	8%	

♀ 89% Female

♂ 11% Male

PEÇA FLÁVIA CALINA

Impulsionamento
Vídeo institucional 15/30'
Inauguração

MÍDIA

0-17	15%	♀ 89% Female
18-20	8%	
21-24	20%	
25-34	49%	♂ 11% Male
35-54	8%	

PEÇA FLÁVIA CALINA

Impulsionamento
Vídeo Institucional 15/30s
Inauguração

2,7 milhões de inscritos

MANUAL DO MUNDO

#TRILHADOMINÉRIO

15,3 milhões de inscritos

MÍDIA

TIKTOK CHALLENGE
#MINERANDOOFUTURO

Concurso Cultural
Alunos do Projeto Escolar
Criatividade e engajamento

MÍDIA

TIKTOK CHALLENGE
#MINERANDOOFUTURO

Concurso Cultural
Alunos do Projeto Escolar
Criatividade e engajamento

"AS MINAS DAS MINAS"

VLOGS E DEPÔS

Reputação junto à IMPRENSA em 2021

N = 5 entrevistas qualitativas

IMPRENSA

REPUTAÇÃO FRACA JUNTO À IMPRENSA =
Necessidade de estreitar os laços com esse público

Ações com alcance ao grande público aumenta
a credibilidade e gera visibilidade para o **IBRAM**

IMPRENSA

AÇÕES DE RELACIONAMENTO

DIVULGAÇÃO FREQUENTES DE INFORMAÇÕES

ATIVAÇÕES NA TV E RÁDIO

PRESS TRIP

CONVITE AOS JORNALISTAS
PARA CONHECER
MINERADORAS E BARRAGENS

Valor ECONÔMICO

FOLHA DE S.PAULO

PRESS TRIP

Demonstração de processos
Reforçar compromissos
Experiências positivas

PRESS TRIP

Demonstração de processos
Reforçar compromissos
Experiências positivas

DIVULGAR BALANÇOS

TORNAR PÚBLICOS E ACESSÍVEIS RELATÓRIOS DE SEGURANÇA E BALANÇOS SEMESTRAIS

PRESS TRIP

Demonstração de processos
Reforçar compromissos
Experiências positivas

DIVULGAR BALANÇOS

Coletivas semestrais
Gestão e monitoramento
Cultura de accountability

O PODER DA RÁDIO

DEMOCRATIZANDO A INFORMAÇÃO

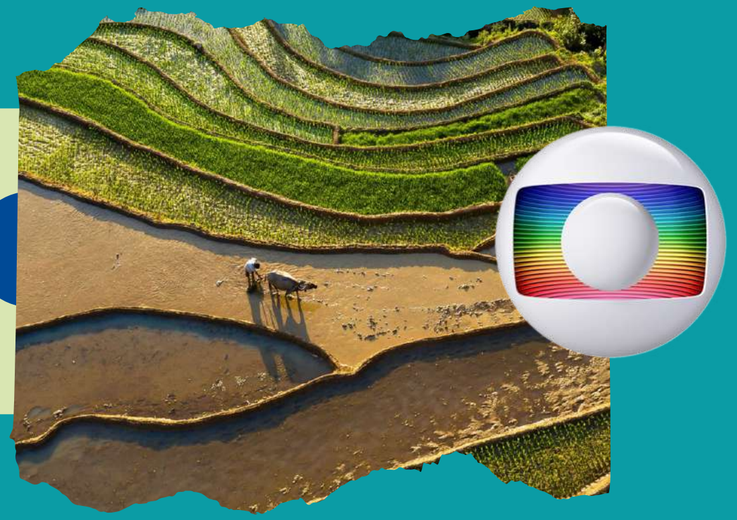
Acesso a **locais remotos**
Boletins para a comunidade

O PODER DA RÁDIO

DEMOCRATIZANDO A INFORMAÇÃO

Acesso a **locais remotos**
Boletins para a comunidade

E DA TV ABERTA!



A NOVA MINERAÇÃO

Ativação orgânica em veículo **Tier 1**
Mostrar ao **grande público** que o setor não se isenta da **responsabilidade**

"MINERAÇÃO: O SETOR MAE"

SERIE DE 4 EPISÓDIOS

IMPACTO NA OPINIÃO PÚBLICA

EP 1 | A índústria das índústrias

EP 2 | A nova mineração e o ESG

EP 3 | Comunidade e histórias

EP 4 | O futuro do setor

E DA TV ABERTA!

A NOVA MINERAÇÃO

Ativação orgânica em veículo **Tier 1**
Mostrar ao **grande público** que o setor não se isenta da **responsabilidade**

HUMANIZAÇÃO

CREDIBILIDADE

ORGANICIDADE

VISIBILIDADE

ORALIDADE

VÍNCULOS

AGRADECEMOS PELA ATENÇÃO!

IBRAM
MINERAÇÃO DO BRASIL

PRÊMIO UNIVERSITÁRIO
ABERJE