



# PRIMERO LA VIDA

RECHAZAMOS NUEVO ATAQUE  
A NUESTROS COMPAÑEROS MINEROS

**#PrimeroLaVida #NiUnoMás  
#PorLosTrabajadoresMineros #MineríaBienHecha**





MONODUAL | LIBERA IDEAS

[ La minería en la  
**ERA DIGITAL** ]

INFO@MONODUAL.COM | TEL.: (+57) 1 300 29 51 | WWW.MONODUAL.COM



¿Vale la pena que mi  
empresa esté en  
**REDES SOCIALES?**



1

La comunicación digital es un aliado de las empresas mineras, a través del cual, se pueden mostrar las consecuencias positivas de su operación, los programas sociales y el trabajo que los colaboradores realizan con las comunidades



2

Estar en comunicación digital le permitirá a **las empresas** transmitir una mejor información basada en lo que piensan los grupos de interés sobre si misma y gestionar el conocimiento de sus acciones.



3

Las redes se transforman en una herramienta de relacionamiento para conectar a través de contenidos con los diferentes grupos de interés.



4

La comunicación Digital permite identificar percepciones y atributos de marca: rumores, diferentes versiones de un tema, percepciones, asociaciones y atributos. Ahora no van a aumentar las críticas, serán más visibles y se les podrá dar gestión.



5

El Ciberactivismo en Colombia cada vez toma más fuerza. Los grupos de oposición crean sus propios canales donde “informan” a la opinión pública y la ciudadanía en general.



¿Qué es la  
**COMUNICACIÓN  
DIGITAL?**

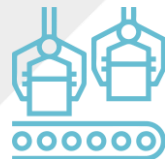
## Industria 1.0



Producción  
mecánica, agua  
y vapor

**1784**

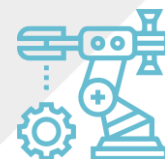
## Industria 2.0



Eléctrico, línea de  
montaje, producción  
en masa

**1870**

## Industria 3.0



Automatización,  
computadoras y  
electrónica

**1969**

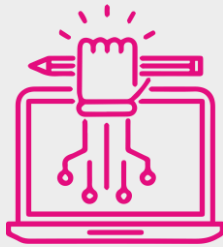
## Industria 4.0



Sistema físico  
cibernético, internet de  
las cosas, tecnologías  
inteligentes

**HOY**

Klaus Schwab, fundador y Presidente Ejecutivo del [World Economic Forum](https://www.weforum.org/)



Intercambio de

**CONOCIMIENTO**



**Haciendo uso de herramientas digitales y nuevos lenguajes.**

Multimedial, interactividad, influencer, realidad virtual, realidad aumentada, blogs, gamification, chatbots



**Movimiento espontaneo de personas**

Internet, apoyo, ideas, capacidad negociadora, tutoriales, ideologías



## Resultado de la confluencia entre personas, tecnología y economía

**Personas:** le dio voz a quienes antes no la tenían

**Tecnología:** conectó a las personas permanentemente

**Economía:** en internet el tráfico es igual a dinero

**Cambia el paradigma de la comunicación lineal**

Ya no es emisor, canal, mensaje, ruido y receptor.

# Ahora

Son conversaciones multidimensionales:



Pirámide de influencia  
que forma la élite de  
opinión



Audiencia masiva

El modelo tradicional

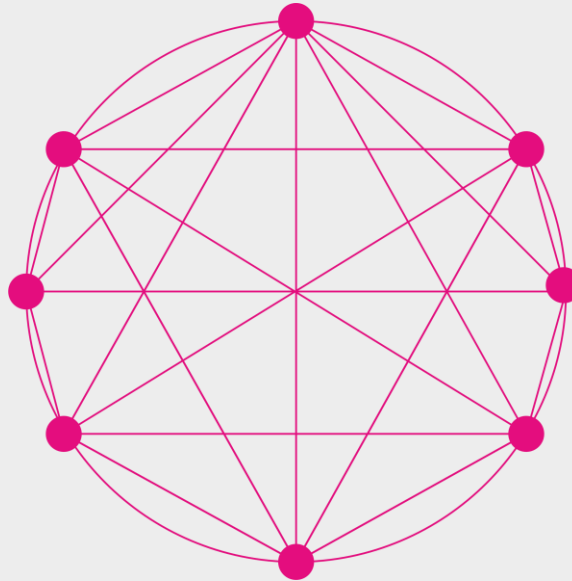
Información de Esferas  
de cruz

Clientes y comunidades

Medios de  
comunicación

Negocios

Inversores



Gobierno

Empleados

Organismos  
comerciales

NGOs



# Apropiación **DIGITAL**

Con la creciente digitalización de **todas las unidades productivas de la economía**. Lo cual, impacta la forma en que Internet **cambiado la vida de cada uno de los colombianos en aspectos vitales como su educación, su ingreso, su capital social, su participación política.**

96%



Municipios tienen  
conexión en internet

68%



De empresas hacen  
presencia digital en  
Colombia

59%



Tasa de  
crecimiento anual

11%



Ingresan por  
celular

Apropiación  
**DIGITAL**

25%



Consumo de datos móviles

150



Veces al día

66%



El celular es el principal  
medio de información

¿Y esto qué representa para la industria minera?



Cambio de  
**PARADIGMA**

# [ Viejas voces mismos **RECLAMOS** ]

"Tenemos la necesidad de una comunicación efectiva ante cada vez más graves y complejos problemas de comunicación... Para que la comunicación tenga éxito, hay la necesidad de una gestión que se aleje de los enfoques tradicionales y considere nuevas, alternativas y posiblemente no ortodoxas perspectivas en la comunicación"

Freek Cronje  
(1991)



A close-up photograph of a mechanic's hands wearing grey gloves, using a screwdriver to work on a car's brake assembly. The background is dark and out of focus.

## Hito 1 **EL MECÁNICO**

- Minería entendida como una actividad eminentemente técnica, solo de geólogos e ingenieros.
- El director del proyecto estaba a cargo de las comunicaciones y el relacionamiento, sin tener una estrategia para ellos.
- La comunicación se asumía en una sola vía: del proyecto hacia los demás, solo para informar.
- El énfasis de la comunicación era informar sobre el cumplimiento de la ley
- El relacionamiento se enfocaba en las buenas relaciones de vecindad, para garantizar condiciones de seguridad física.





## Hito 2 **EL AVESTRUZ**

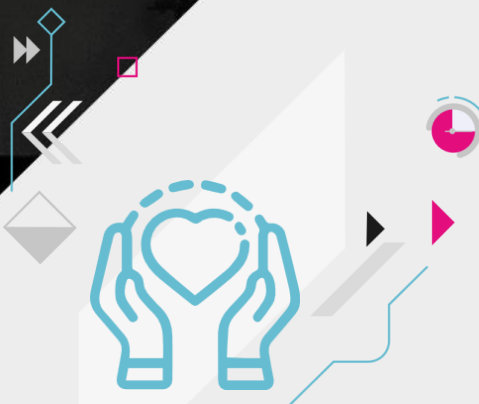
- El entorno social cambia. La sociedad comienza a exigirle a las empresas
- Se aumenta la sensibilidad hacia los temas ambientales y la minería comienza a estar en el centro del debate
- Se crea el área de comunicaciones y relacionamiento aunque en muchas empresas dependía del área legal
- Se recomienda como política de comunicación el bajo perfil para no estar en la agenda mediática
- El relacionamiento con medios se hace de manera transaccional, buscando no levantar el perfil (que no haya noticias sobre el proyecto)



A black and white photograph of two firefighters in full gear, including helmets and oxygen tanks, working in a dark environment. One firefighter is holding a hose. The image is partially obscured by a large white arrow pointing to the right.

## Hito 3 **EL BOMBERO**

- Además de la sensibilidad ambiental, hay una nueva sensibilidad hacia el pasado representado por comunidades aborígenes
- La minería comienza a ser acusada de alterar el paisaje natural y el cierre de un proyecto es equivalente a las ruinas de la industrialización
- El papel de la comunicación es reactivo: apagar cuando salen menciones negativas sobre el proyecto o la compañía.
- Se hacen alianzas con ONG de la zona y algunas empresas crean el área de PR.







Hito 4  
**EL BUEN VECINO**

- La Responsabilidad Social Corporativa se convierte en algo importante. Surge el concepto "licencia social para operar"
- La comunicación toma rendición de cuentas (accountability) como parte del proceso y hace reporte
- Se levanta e veto del bajo perfil. Comienza a haber comunicación proactiva
- Paralelamente aumenta "la mala fama de la minería" con el aumento de grupos de presión
- Ante la imagen de "chicos malos" la comunicación se enfoca en crear la representación del "buen vecino"



Hito 5

## NEOCONSERVADOR

- Varias décadas después la imagen de la minería es más favorable, pero, aún falta un largo camino por recorrer.
- Aún falta unificar las comunicaciones de las áreas de la compañía, quienes algunas veces hablan cada una de manera distinta con sus públicos objetivos y grupos de interés, generando desconcierto.
- Se están tomando prácticas de otros sectores: contar historias relatar lenguajes, darle visibilidad a las comunidades



Hangouts

Play Movies

[ ¿Cuál es la forma para  
**COMUNICAR?** ]

# LA ESCUCHA **ACTIVA**



**MONODUAL** | LIBERA IDEAS

- Se entiende como un monitoreo mediante herramientas y plataformas digitales “buceando” entre redes sociales, sitios web, blogs, portales, etc., para:
- detectar temas de conversación sobre la minería o sobre la empresa,
- Identificar tendencias (especialmente mediante hashtags)
- Anticipar posibles escenarios de crisis
- Abordar temas de interés, acorde con los temas detectados
- Segmentar públicos para, a su vez, segmentar mensajes
- Identificar influenciadores digitales
- Tratar de incidir en percepciones y comportamientos

# LA ESCUCHA ACTIVA



Pero, todavía se sigue viendo a la escucha activa como una técnica digital de cacería de “big data” (grandes volúmenes de información), con tonos de sentimiento basados en bits, y no en emociones y vínculos narrativos  
Se identifican cuentas y perfiles, no personas.

# DE LA **ESCUCHA ACTIVA**, AL ENCUENTRO DIGITAL



**MONODUAL** | LIBERA IDEAS

Antes se decía, “vox populus, vox Dei”. Ahora, habría que decir “vox digitas, vox veritatis”, por tanto, hay que sumarse a esa voz digital, en una historia entrelazada con la comunidad digital.

# DE LA ESCUCHA ACTIVA, AL ENCUENTRO DIGITAL



La escucha de esa voz digital precisa de expertos humanos. Por ejemplo, los datos recogidos automáticamente en Twitter, no siempre representa las conversaciones reales de esta red social. Las tendencias, los hashtags, los memes, las parodias y las ironías, cambian las conversaciones, en donde hay que separar los mensajes del ruido, para no perderse en la intensidad de lo momentáneo, que resuena a corto plazo, pero no logra vincular emocionalmente con conversaciones duraderas.

No necesariamente las “tendencias digitales”, son los temas de interés para las comunidades digitales de las compañías. Así, una escucha diferente, produce resultados y conversaciones diferentes.

**Veamos algunos ejemplos**









MONODUAL | LIBERA IDEAS

Facebook: [monodual.liberaideas](https://www.facebook.com/monodual.liberaideas)

Twitter: [@Monodual](https://twitter.com/Monodual)

Instagram: [Monodual\\_liberaideas](https://www.instagram.com/Monodual_liberaideas)

LinkedIn: [monodual-liberaideas](https://www.linkedin.com/company/monodual-liberaideas)

[INFO@MONODUAL.COM](mailto:INFO@MONODUAL.COM) | TEL.: (+57) 1 300 29 51 | [WWW.MONODUAL.COM](http://WWW.MONODUAL.COM)