



CAMPANHA DIA DA MULHER

RESPEITA AS **MINAS** DA MINA

1. APRESENTAÇÃO



A Vanádio de Maracás é uma empresa que faz parte do grupo Largo Resources, situada no centro-sul baiano (Brasil), com sede principal no Canadá. A empresa atua na região desde 2014 e é a única mineradora de vanádio das américas, sendo responsável por 7% do fornecimento mundial do mineral.

Além de sua importância estratégica na produção mineral brasileira, a companhia também se tornou uma das maiores parceiras econômicas da região, com 800 colaboradores diretos e terceirizados no site de Maracás - pátio da empresa.

A Largo está focada no avanço das soluções de armazenamento de energia renovável. Seus produtos e práticas estão voltados para um futuro mais sustentável e moderno, fazendo parte da cultura da empresa todas as políticas ligadas a um negócio em conformidade com a agenda ESG. Sua comunicação é pautada nos valores da empresa: respeito, paixão pela excelência, segurança, comprometimento e receptividade.

2. DESCRIÇÃO DO CONTEXTO

A indústria de mineração é historicamente marcada por equipes majoritariamente masculinas. As mulheres representam apenas 13% da força de trabalho no setor, segundo dados do Instituto Brasileiro de Mineração (Ibram), em estudo realizado em 2020. Na Vanádio de Maracás, o quadro repete-se, com apenas 13% de mulheres em seu quadro total de pessoal.

Ao longo dos anos, a empresa tem investido em conscientização e políticas sociais na comunidade, promovendo ativamente debates e campanhas envolvendo colaboradores, colaboradoras e comunidade do entorno. As iniciativas visam despertar e fortalecer uma cultura de respeito, de diversidade e de inclusão. Dentre os diversos temas desse universo, as questões ligadas à equidade de gênero têm tido um olhar muito atento.

Nesse contexto, e alinhada à cultura de diversidade da empresa, a campanha Respeita as Minas da Mina foi pensada para fortalecer o empoderamento feminino, quebrar paradigmas e, de uma forma leve, mas profunda, levar a reflexões importantes e necessárias.

3. Inicia tivas



A pauta de diversidade e inclusão está, sem dúvida, na agenda das corporações, configurando-se cada vez mais como fator de sustentabilidade, de competitividade e de produtividade, além de atender a uma demanda social e do próprio mercado. Dentre as datas mais significativas dessa agenda, o dia 8 de março, Dia Internacional da Mulher, tem-se destacado cada vez mais, levando as empresas à mobilização de esforços para promover ações que destaquem a representatividade feminina nos negócios.

A data também tem destaque na agenda de diversidade da Vanádio de Maracás. Alinhada a sua cultura empresarial, em 2021 a Vanádio de Maracás e a agência Darana RP criaram uma campanha com estratégias para fortalecer o papel da mulher no setor com base nas iniciativas promovidas ao longo dos últimos anos e, sobretudo, aproveitando as experiências relatadas pelas mulheres em seu canal de escuta ativa.

*Anexo <Carta IBRAM>

**Anexo <Plano de Ação WINBrasil>

4. ESTRATÉGIA

Embora o tema seja bastante discutido atualmente e muitas empresas estejam aderindo às causas da diversidade, a realidade da comunidade de Maracás e do mercado da mineração no estado da Bahia ainda é contrastante. No mês de março, para o Dia Internacional da Mulher, a Vanádio de Maracás e a agência Darana RP criaram uma campanha com estratégias para fortalecer o papel da mulher no setor, com base nas iniciativas promovidas ao longo dos últimos anos e, sobretudo, aproveitando os depoimentos colhidos na escuta ativa realizada com esse público.



As estratégias adotadas para a campanha foram:

- Ousar na identidade visual, trazendo referências de elementos, cores e ações que são equivocadamente associadas ao universo masculino;
- Questionar o papel da mulher na mineração e provocar uma reflexão acerca do tema. Respeita as minas da mina foi o mote da campanha;
- Dar voz às mulheres da empresa e da comunidade por meio de um espaço de escuta e amplificação, através de suas ideias e opiniões;
- Levantar o posicionamento de uma liderança feminina dentro da empresa junto à campanha, com ações paralelas às iniciativas promovidas para Código de Ética, canal de denúncias, entre outras.

O Instagram da Vanádio de Maracás foi o principal canal de disseminação da campanha, devido ao alto número de engajamento do público-alvo (colaboradores, colaboradoras e comunidade).

5. COMUNICAÇÃO DE DIVERSIDADE

5.1 PARTE I

Público: comunidade

Período: março de 2021

Canais utilizados: redes sociais
(Instagram e LinkedIn)

Estratégia: "Que mundo as mulheres querem para elas?"

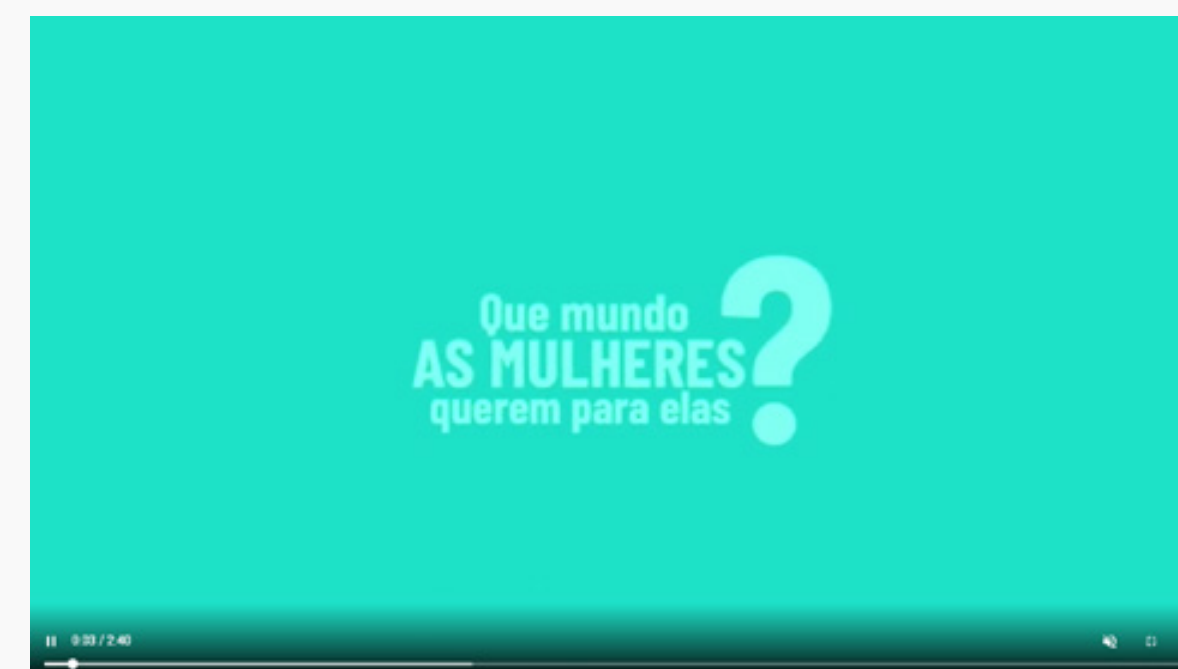
Depoimento de mulheres da comunidade e colaboradoras da Vanádio de Maracás sobre qual o futuro querem para elas e para as próximas mulheres que virão.

Peças:

- Post nas redes sociais com destaques dos depoimentos e rostos das colaboradoras e mulheres de Maracás.



- Vídeo com depoimento de mulheres



Leia o QR Code ou acesse pelo link para ter acesso ao vídeo da campanha no IGTV do perfil da Vanádio de Maracás no Instagram.

https://www.instagram.com/tv/CMlozI2I7bl/?utm_source=ig_web_copy_link

- Outdoor

**Quando uma
mulher vence,
todas as mulheres
vencem juntas.**



#RESPEITAAS
MINASDAMINA

#MulheresVMSA

LARGO
RESOURCES
VANÁDIO DE MARACÁS

**Minha história
abre portas para
o seu futuro.**

#MulheresNoEsporte



Ju Caires
Judoca

#RESPEITAAS
MINASDAMINA

LARGO
RESOURCES
VANÁDIO DE MARACÁS

5.2 PARTE II

Público: colaboradores e colaboradoras, do operacional à Alta Gestão

Período: março de 2021

Canais utilizados: canais de comunicação interna - impressos e eletrônicos

Estratégia: trazer um posicionamento de uma liderança feminina dentro da empresa, junto com às iniciativas da empresa, como a implantação do canal de denúncias, liderada pela diretora do Conselho e presidente do Comitê de Auditoria da Largo Resources.

Peças: flyer, infomail e cartaz A3

Carta de posicionamento* sobre as diretrizes da Largo a respeito da inclusão e do respeito à mulher.

*Anexo <Carta Diretora Largo Resources>.
**As peças também foram traduzidas para inglês, com o objetivo de serem replicadas na sede da empresa (Canadá).

Flyer

Valorizando diversidade e comprometimento na Largo Resources

Na Largo, nós reconhecemos como é importante valorizar a diversidade e o comprometimento nas nossas atividades e ambientes de trabalho. Esse comprometimento é parte integral da nossa empresa e nos estimula a conquistar níveis de excelência nos locais de trabalho e nas comunidades onde atuamos. A Largo é mais forte quando todos nós entendemos, aceitamos e apreciamos as nossas diferenças, sejam de aparência, origem ou de quem amamos. Precisamos empoderar cada um de nós para realizar novas conquistas ao mesmo tempo que construímos um ambiente de trabalho mais diverso e inclusivo para todos.

Cada um de nós terá um papel no avanço dessa missão.

Para alguns, será encontrar coragem para se levantar e falar, compartilhando experiências com as quais possamos nos identificar. Para outros, será tendo empatia e paciência durante as discussões para que um diálogo aberto possa começar. **Para todos nós, isso significa respeitar uns aos outros para que um ambiente de trabalho propício à colaboração seja estimulado na Largo.** Acredito que assim, a Largo continuará a prosperar enquanto embarca em uma nova trajetória de crescimento nos próximos anos e além.

Uma mensagem de
Koko Yamamoto
Diretora do Conselho e Presidente do Comitê de Auditoria da Largo Resources





VANÁDIO DE MARACÁS

Frente

Direitos Humanos, Diversidade e Não-Discriminação
A Largo não discrimina com base em:

• Idade	• Cor ou raça
• Credo ou religião	• Deficiência
• Origem étnica ou nacionalidade	• Gênero ou orientação sexual
• Estado civil	• Convicção política

A Largo repudia qualquer tipo de assédio, incluindo sexual, moral ou físico, e atua fortemente para combater qualquer tipo de discriminação.

A Largo visa encorajar a transparência e apoiará qualquer pessoa que levante denúncias genuínas, mesmo que esteja enganada. O nosso processo de investigação leva em consideração que às vezes os eventos podem ser mal interpretados.

Encorajamos o uso da Linha Ética anônima da Largo para relatar casos de:

- **Assédio sexual ou moral**
*Denúncias relacionadas a acusações de assédio sexual por mulheres podem ser analisadas por uma mulher mediante solicitação.
- **Fraude ou roubo**
- **Uso indevido de recursos**
- **Quaisquer outras violações éticas**

As denúncias recebidas por meio da Linha Ética (telefone e portal) são totalmente confidenciais e anônimas. Além disso, todos os funcionários da Largo têm a opção de que suas denúncias sejam analisadas por pessoas fora da sua equipe gerencial.

Os funcionários são incentivados a conhecer todas as políticas da empresa para garantir que a conformidade seja mantida. As políticas atuais da empresa podem ser encontradas no sistema ou fornecidas a você por seu gestor.

Veja algumas orientações que podem te ajudar na descrição do seu relato:

1. O que aconteceu? Informe o máximo de detalhes possível.
2. Quando aconteceu, ou acontecerá a situação relatada?
3. Onde aconteceu a situação? (Local, setor, lugar, empresa).
4. Quais os nomes das pessoas envolvidas? (Denunciados, testemunhas).
5. Como você teve conhecimento da situação?
6. Você tem conhecimento do motivo pelo qual a situação ocorreu?
7. A situação relatada é de conhecimento da empresa? Caso positivo, qual o(s) nome(s) da(s) pessoa(s) que tem conhecimento?
8. Se cabível, é possível medir o prejuízo em números?
9. Existem formas de comprovação? Caso já tenha alguma, insira os arquivos nos campos de anexo.



Linha Ética
Brazil: 0800 208 0047 - Canada / US: 1 800 299 0363
www.linhaetica.com.br/etica/largoresources
largoresources@linhaetica.com.br
Caixa Postal 79518 - CEP 04718-904, São Paulo - SP

Verso

5.2 PARTE II

- Manual de Empoderamento da Mulher

Cartilha* produzida com o intuito de esclarecer e informar os colaboradores e colaboradoras sobre práticas de respeito às mulheres e sua inclusão na empresa. O manual teve como título o mote da campanha e aborda temas como a conquista das mulheres ao longo dos anos, Código de Conduta da Vanádio de Maracás, dicionário de termos importantes sobre o feminismo e direito das mulheres no trabalho.

* Anexo <Cartilha Respeita as Minas da Mina>



5.3 PARTE III

Público: colaboradoras

Período: 8 de março de 2021

Canais utilizados: canal de comunicação interna - Kit + cartão A5 (inglês e português)

Estratégia: Presentear as colaboradoras da Largo com uma cerveja personalizada, com o mote da campanha: "Respeita as Minas da Mina".

No rótulo, havia um espaço para que as mulheres escrevessem o nome que elas quisessem dar ao produto. O objetivo seria provocar a reflexão sobre o poder de decidir quem ou como as mulheres querem ser sem se restringirem aos padrões impostos pela sociedade. O brinde também foi pensado estrategicamente para gerar um debate entre as pessoas que estariam envolvidas na campanha.

Peças:



5.3 PARTE IV

Público: mercado

Período: abril de 2021

Canais utilizados: press kit e redes sociais

Estratégia: as pessoas da indústria de mineração são um público importante para que a campanha tivesse visibilidade fora da região de Maracás e servisse de inspiração para o restante da indústria no Brasil. Profissionais de comunicação de outras mineradoras receberam o brinde da campanha. Posts sobre o dia da mulher também foram feitos no LinkedIn que refletiram o posicionamento da Largo frente aos demais stakeholders.

Peças:

- Brinde



- Post em rede social profissional (LinkedIn)



6. PERÍODO DO PROJETO

A campanha *Respeita as Minas da Mina* foi lançada no dia 7 de março para celebrar de forma inusitada e impactante o Dia Internacional da Mulher, comemorado no dia 8 de março. A ação contou com a publicação de um vídeo na timeline do perfil oficial da Vanádio de Maracás no Instagram e 14 cards no formato feed carrossel. Além das ações nas redes sociais, a campanha ganhou desdobramentos nos dias seguintes com os compartilhamentos, distribuição de press kits e um artigo publicado na Revista Brasil Mineral, uma das maiores do setor. Com isso, a discussão foi ampliada para outros públicos, além dos seguidores da página, colaboradores e imprensa.

Quando uma
mulher
vence

todas as
mulheres

vencem
juntas.
#MulherVMSA

7. INVESTIMENTO

A ação teve um custo total de

R\$ 35 mil

investidos em:

Equipe estratégica e de
produção da campanha

Equipe de produção
e edição do vídeo

Equipe de logística

Ação com a imprensa
regional

Ação com os stakehol-
ders – mineradoras

Brindes para as
colaboradoras

Produção de peças da
campanha

8. EVIDÊNCIAS DE RESULTA-

A campanha contou com ações off e on-line e resultou no quantitativo de peças abaixo:

REDES SOCIAIS

- 12 stories para instagram
- 9 cards-depoimento para instagram
- 9 cards-frase de depoimento para instagram
- 3 cards-frase da campanha para instagram
- 1 vídeo com depoimentos das mulheres (produzido pela Curinga)

CARTA DE KOKO YAMAMOTO (Diretora da Largo)

- 2 flyers (frente e verso) – português e inglês
- Cartaz (A3)
- Infomail

BRINDE

- 2 cervejas personalizadas (português e inglês)
- 2 cartões explicando o porquê da cerveja (português e inglês)

PEÇAS IMPRESSAS

- 6 cartazes A3 funcionárias (interno)
- 2 outdoors (1 da judoca + 1 das funcionárias)

OUTRAS

- 1 wallpaper

Engajamento nas redes sociais

Vídeo de depoimento das mulheres da comunidade

Canal: feed do Instagram

Resultado:

- Likes: 230
- Comentários: 22
- Compartilhamentos: 107
- Salvos: 7
- Visitas ao perfil: 45
- Alcance: 2.559
- Impressões: 3.041

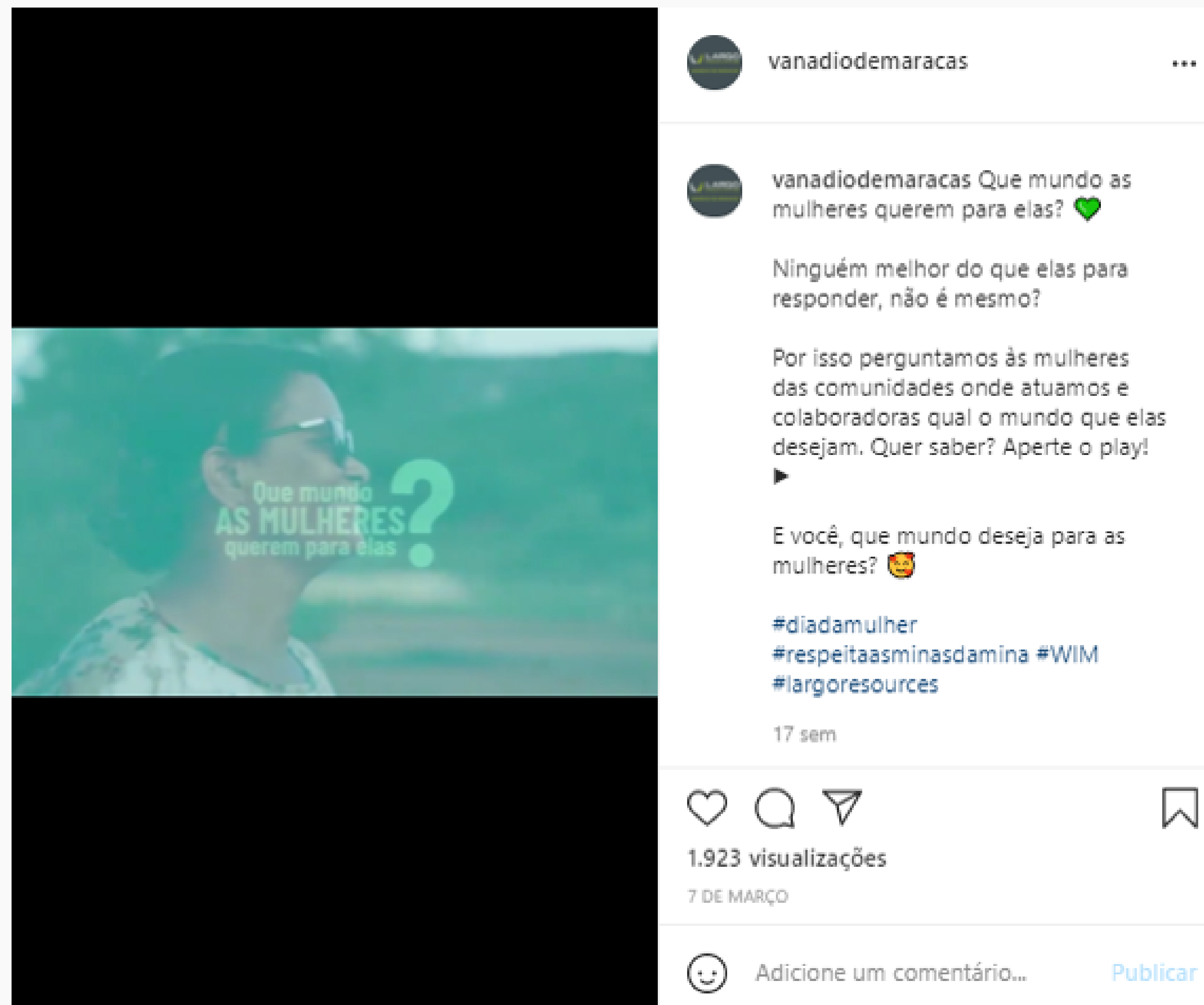


Foto de colaboradoras com seus depoimentos

Vídeo de depoimento das mulheres da comunidade

Canal: feed do Instagram

Resultado:

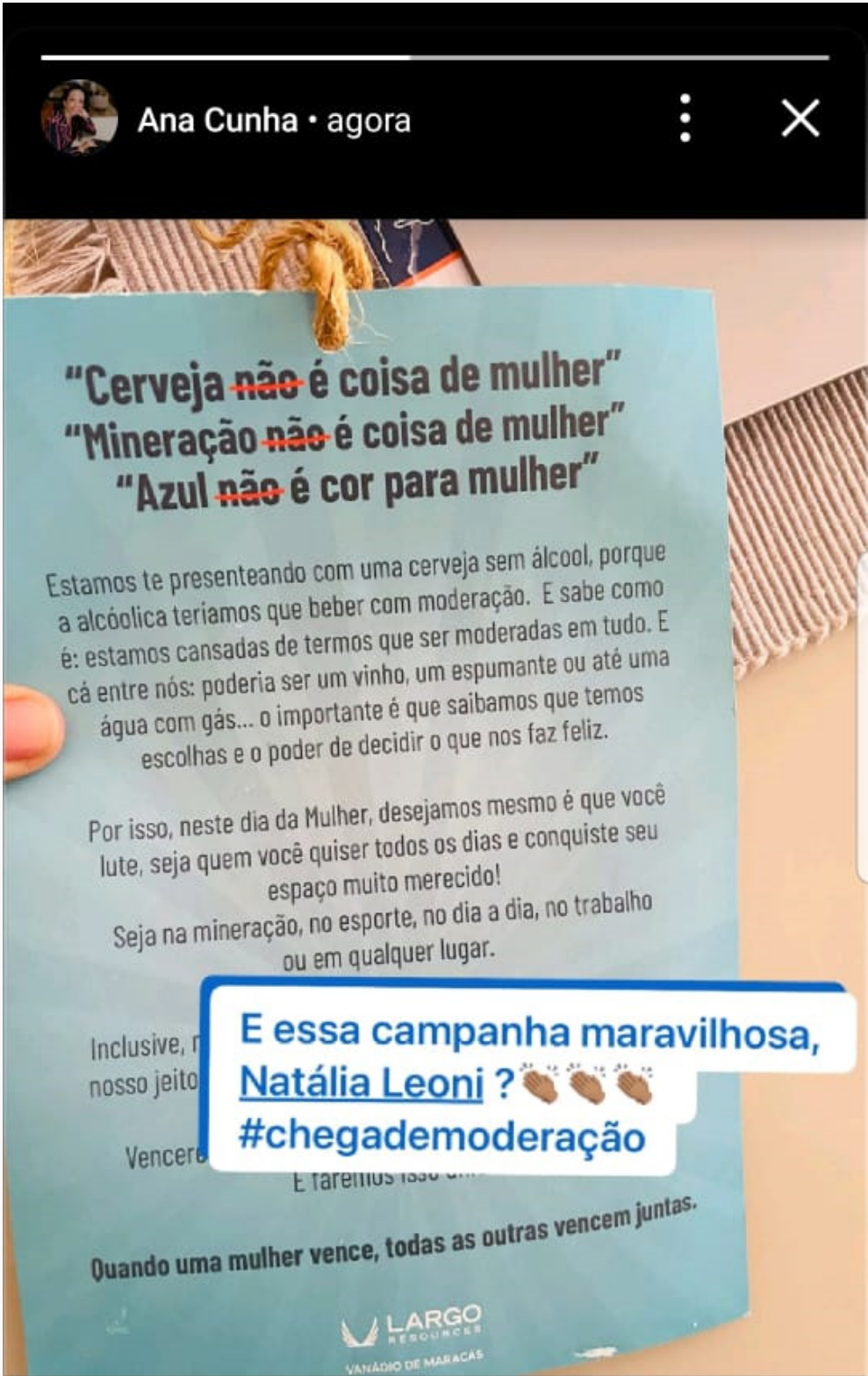
- Likes: 150
- Comentários: 5
- Compartilhamentos: 6
- Salvos: 2
- Visitas ao perfil: 38
- Alcance: 1739

*O cálculo foi feito com base na média aritmética das postagens acima.



Reconhecimento das colaboradoras

Posts orgânicos foram feitos nas redes sociais das colaboradoras da Vanádio de Maracás e profissionais do setor de outras empresas com feedbacks positivos da campanha.



Reconhecimento do mercado

Canal: LinkedIn

Empresa: Lipari

Cargo: especialista em Responsabilidade Social e Comunicação



Ariluz Fernandes • 1º

4 m ...

Especialista em Responsabilidade Social e Comunicação

👏 Muito legal a campanha, Natália! E a preocupação de fortalecer essa corrente de busca por respeito e espaços através do envolvimento de mulheres de fora da empresa é exemplo de sororidade. Amei e obrigada! 🧡

Gostei · 3

Responder · 1 resposta

Empresa: Yamana Gold

Cargo: diretora



Carolina Batista • 1º

4 m ...

Director, Legal (Brazil) at Yamana Gold Inc.

Iniciativa muito bacana!! Esse dia deve ser disruptivo.Parabéns! Lugar da mulher é onde ela quiser. Seguimos juntas!

Gostei · 3

Responder · 1 resposta

Empresa: Mineração Caraíba

Cargo: coordenador de Comunicação e Qualidade



RAFAEL CERQUEIRA • 1º

4 m ...

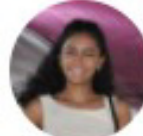
COORDENADOR DE COMUNICAÇÃO E QUALIDADE na Mineração Caraí...

Que abordagem sensacional, [Natália Leoni](#). Parabéns pela sensibilidade! Quando a gente fala das mulheres, da conquista de espaço e desse momento da mulher na mineração, a gente entende, de fato, que é preciso quebrar esses paradigmas. Mulher bebe cerveja, veste azul e faz a mineração acontecer. Orgulhoso em ter colegas tão inspiradoras!

Gostei · 2

Responder · 1 resposta

Cargo: analista de Comunicação



Saiene Gomes Luz • 1º

4 m ...

Analista de Comunicação na Mineração Caraíba S/A

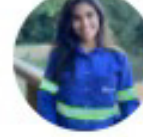
Que bacana! É disso que se trata, ir além, provocar reflexão e inspirar mudança de atitudes. Parabéns [Natália Leoni](#) e toda equipe!

Gostei · 1

Responder · 1 resposta

Empresa: Gerdau

Cargo: trainee de Projetos



Carolina Fernandes da Silva • 2º

3 m ...

Trainee de Projetos de Engenharia at Gerdau

Muito bom Natália ! Parabéns pela criatividade e pelo trabalho 👏

Gostei · 2

Responder · 1 resposta

Artigo orgânico publicado
na Revista Brasil Mineral

Natália Leoni, coordenadora de comunicação da Largo Resources/ Vanádio de Maracás, foi convidada pela Revista Brasil Mineral* para escrever um artigo sobre a campanha do Dia da Mulher e seus impactos na indústria de mineral.

A revista possui uma tiragem de 15 mil exemplares, distribuída a assinantes no Brasil e exterior, tendo alta relevância para as empresas de mineração. Sua audiência conta com 30 mil leitores e 80 mil pageviews por mês.

*Anexo <Artigo Brasil Mineral>



POR QUE AINDA TEMOS TANTO MEDO DE OUSAR NA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA?

Dia desses conversando com um amigo fotógrafo sobre os desafios de fazer comunicação, ele lembrou de um trabalho que realizou em uma grande empresa que estava produzindo material para campanhas de publicidade institucional. Ao flagrar uma cena diferente, ele lançou um olhar poético que mostraria um novo ângulo sobre o trabalho corriqueiro na planta. Diante da proposta, a gestora de comunicação, à época, foi categórica: “Não inventa moda porque eu não quero ter trabalho!”

Ao lembrar da história, logo me ocorreu que essa situação é mais do que comum e que em geral a falta de argumento para discutir a possibilidade de uma comunicação mais ousada esbarra com frequência no rótulo de “modismo”. Voltei para casa pensando em como nos limitamos no processo criativo por medo do trabalho que dá propor algo diferente e convencer nossa equipe a comprar a ideia. Mas como assim, “não quer ter trabalho”? Não é exatamente para isso que estamos aqui?

Reconheço que fazer diferente, ousar, pensar fora da caixa dá um trabalho “da peste” (e aqui pego licença para usar uma expressão bem nordestina para não negar a minha raiz!). Às vezes, o caminho mais curto e simples é a velha receita de bolo de caixinha, que não tem erro. Será que não tem erro mesmo? O mundo, a sociedade e os desejos das pessoas se transformam de maneira cada vez mais acelerada e desafiadora, por isso, esperar que a receita continue dando certo é apostar alto demais.

Este ano, no dia 8 de março, presentearmos as mulheres da nossa empresa com uma cerveja personalizada, que batizamos de “Respeita as Minas da Mina”. O rótulo, que na verdade era uma mensagem, tinha um espaço para que cada uma escolhesse o nome da própria cerveja. A ideia foi provocar a reflexão sobre o poder de decidir quem ou como queremos ser.

A campanha foi toda azul - afinal, não há quem nos convença de que azul não é cor de mulher -, e com essa cor inundamos as redes sociais com testemunhos de mulheres do nosso time e das comunidades onde atuamos sobre o mundo que elas desejam para elas e para as gerações futuras. E quem melhor para dizer qual mundo desejam, senão elas mesmas? Então, por que

ainda vemos homens protagonizando campanhas do dia 8 de março, em vez de dar oportunidade para mulheres cis e trans de suas empresas? Não é possível que não exista nas equipes de comunicação ao menos uma mulher que queira ser porta-voz de uma ação para celebrar a data. Se não há, existe um problema organizacional na composição dos times de comunicação.

A cerveja não agradou a todas, claro! E acho importante ficarmos alertas ao que estes comportamentos nos dizem. Algumas mulheres entenderam que era apenas uma cerveja com um rótulo diferente, outras acharam a proposta ousada, disruptiva e efetivamente se enxergaram na campanha. Uma coisa é inegável: o debate esquentou e, para nossa sorte, as próximas campanhas não serão as mesmas!

Decidimos enviar a nossa cerveja “Respeita as Minas da Mina” para gestoras de comunicação de outras mineradoras na Bahia e a repercussão foi extremamente positiva. Foi um convite para pensarmos juntas em possibilidades diferentes! Acredito que, como profissionais, temos o grande desafio de propor uma comunicação acima de tudo responsável e comprometida com as mudanças pelas quais a sociedade passa e preparar as nossas lideranças para o debate contínuo. Nenhuma transformação acontece quando fazemos tudo exatamente igual. É fácil? Não, mas não estamos sozinhos, sempre tem algum colega com o ingrediente que falta para tornar a nossa receita mais especial e surpreendente. Vamos conversar?

NATÁLIA LEONI
Coordenadora de Comunicação da Largo Resources | Vanádio de Maracás





**#RESPEITAAS
MINASDAMINA**

Largo Resources | Vanádio de Maracás

Gerente sênior de Relações Exteriores: Alex Guthrie

Coordenadora de Comunicação: Natália Leoni

Darana RP | Agência responsável pela concepção e execução da campanha

Direção: Mariana Trindade

Atendimento: Carolina Zalcbergas

Produção: Marília Castro

Concepção e redação: Thalita Perrone

Direção de Arte: Eliane Santos (Nanny)

Social Media: Laís Miranda

Revisão do book: Ana Romero, Camila Logrado e Aloísio Pontes

Produção do manual (consultoria jurídica): Augusto Cruz

Curinga Studio | Produtora de audiovisual responsável pelo filme

Direção: Humberto Siciliano



**Download das
peças do projeto**

<https://drive.google.com/drive/folders/1nF-JHAJeuAXT8gvOu-noOhnW66K8zwMwb>