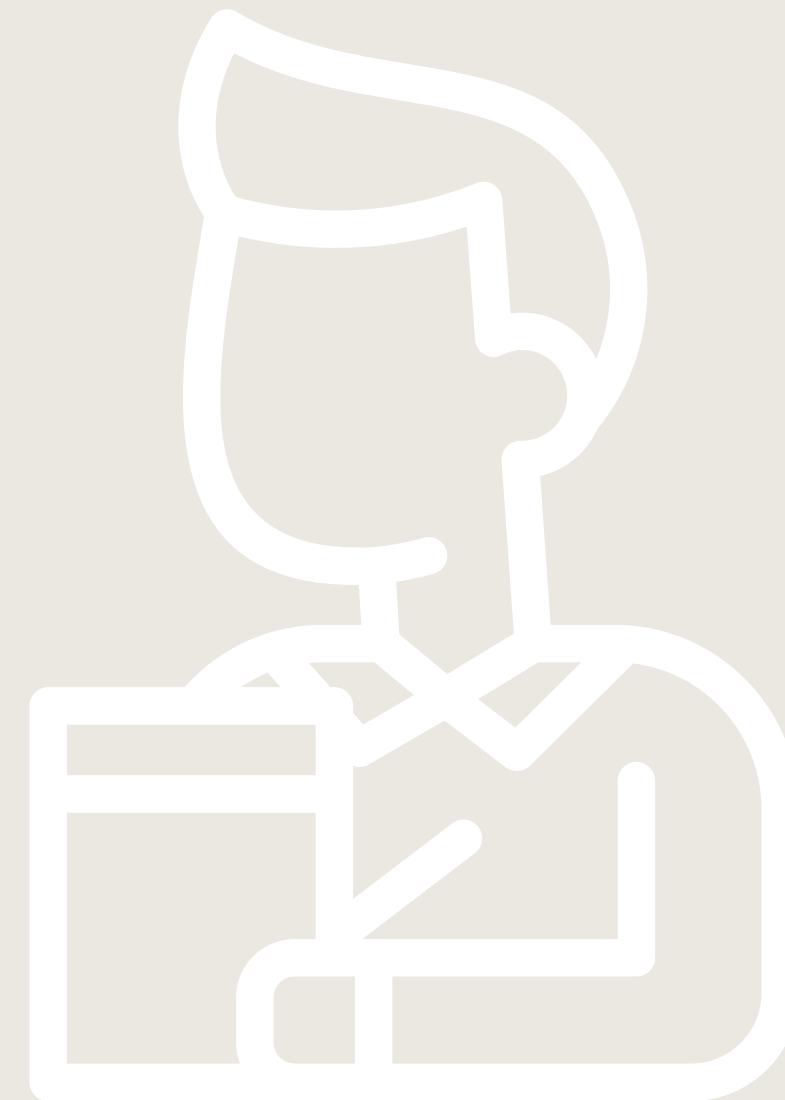


Estudio de la aparición de la minería en medios de comunicación en 2025



Por Javier Valenzuela | Periodista Ambiental
Mayo de 2026

Índice

- OBJETIVOS
- CAPTACIÓN DE DATOS
 - Medios analizados
 - Metodología
 - Alcance y delimitación
- CONCLUSIONES GENERALES
- CONCLUSIONES POR TIPO DE MEDIO
 - Medios nacionales
 - Medios regionales
 - Medios económicos
- RETOS
 - ¿QUÉ MENSAJES DEBEMOS COMUNICAR?
 - ¿CÓMO LOS PODEMOS COMUNICAR?

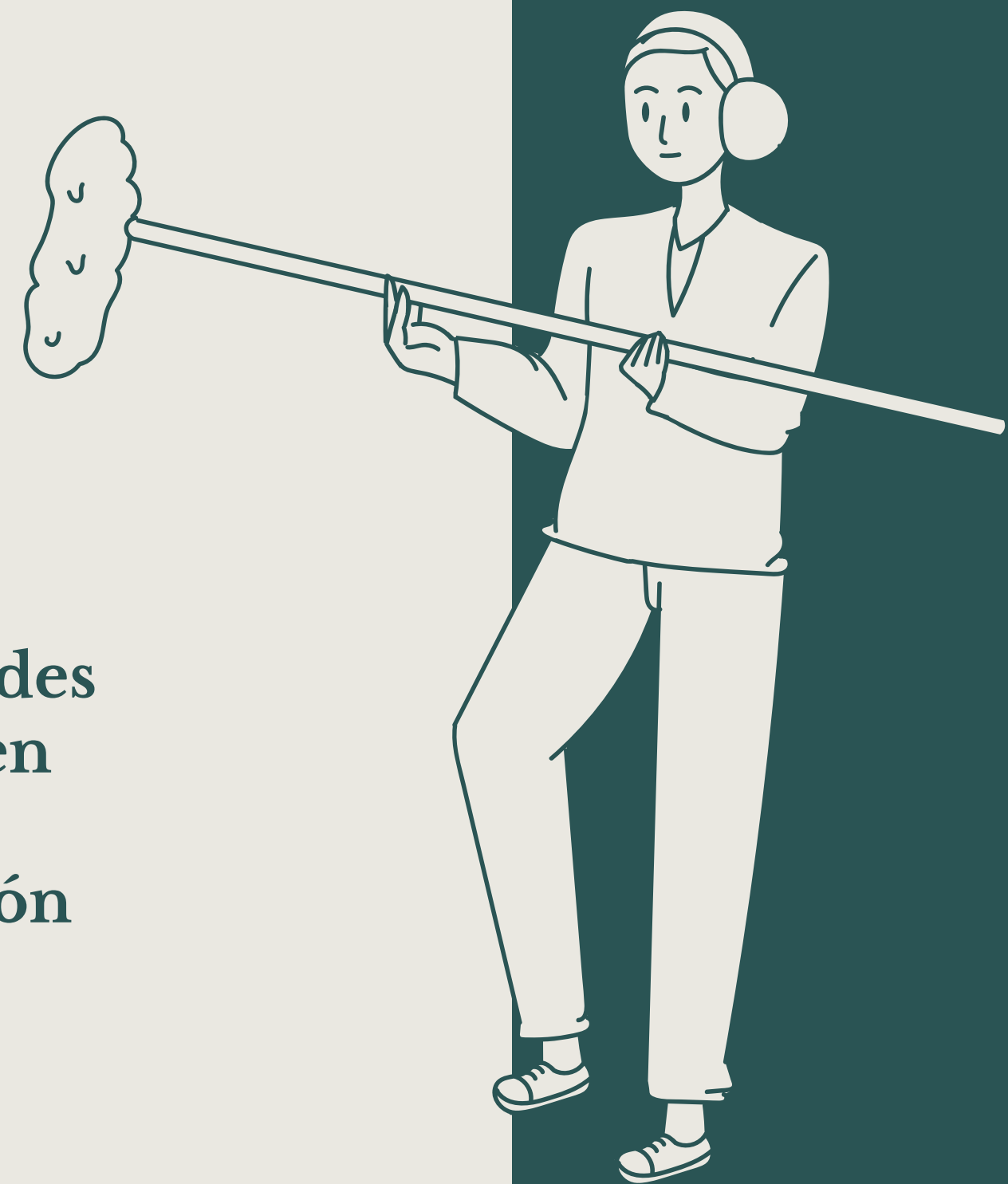


Objetivos

Conocer cómo perciben la actividad minera los medios de comunicación.

Conocer los temas sensibles y/o que más repercusión tienen en los medios.

Oportunidades de mejoría en cuanto a la comunicación del sector.



Captación de datos

Medios analizados | Año 2025



- Medios generalistas impresos de tirada Nacional

- El País
- El Mundo
- La Razón

- Medios generalistas impresos regionales (Andalucía)

- Viva Huelva
- ABC Andalucía
- Diario de Sevilla
- Huelva información
- Sur de Málaga
- La Voz de Almería
- Viva Sevilla
- Ideal de Granada
- Diario de Córdoba
- Diario de Almería
- Europa Sur

- Medios económicos de tirada nacional

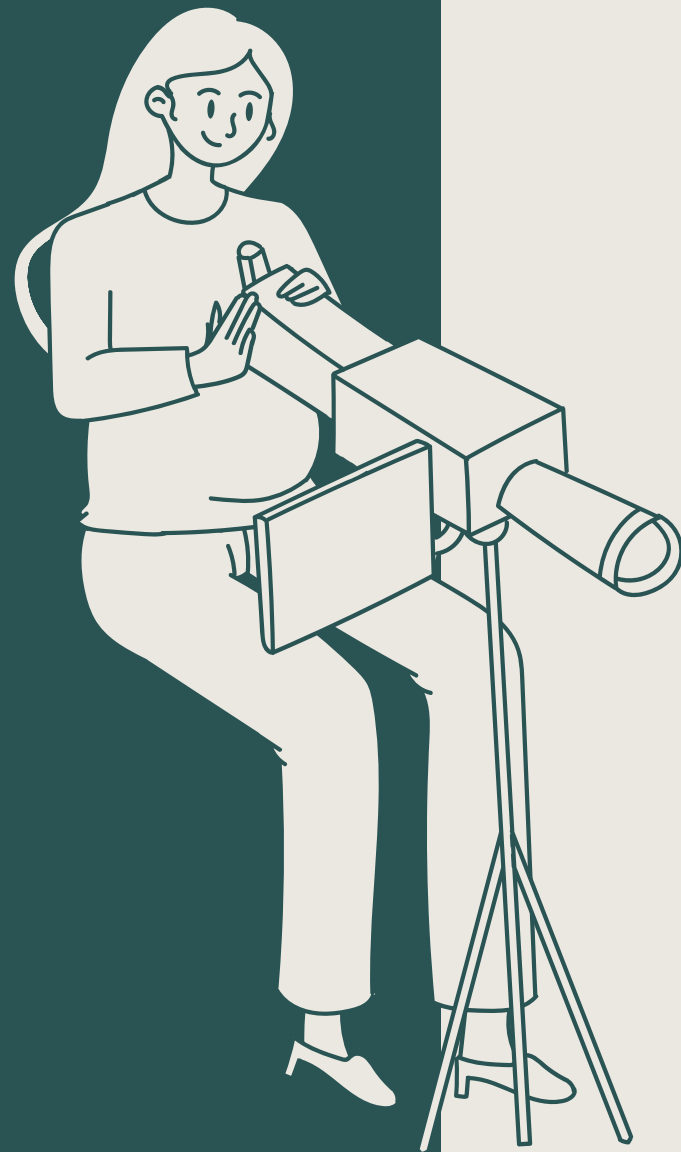
- Expansión
- Cinco días

Metodología

Fuentes utilizadas | Gabinete de Comunicación

Criterios de inclusión | exclusión

Palabras clave de búsqueda



Criterios de inclusión

Noticias donde la minería sea tema principal

Criterios de exclusión

Menciones superficiales

Noticias repetidas o duplicadas



Palabras clave de búsqueda

Minería

Mina / minas

Explotación minera

Minería sostenible

Empleo minería

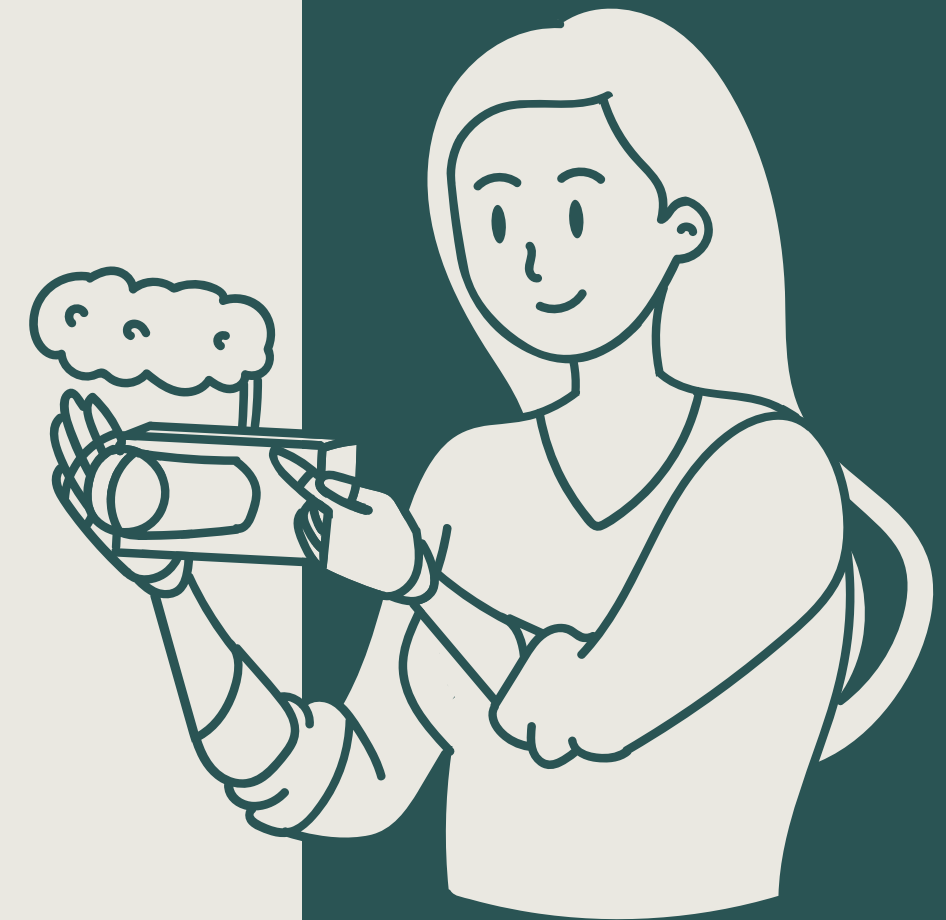
Digitalización

Electrificación

Proyecto minero

Transición energética

Tierras raras



Alcance y delimitación

Número de artículos analizados donde la minería es el tema principal: 142

- Medios nacionales: 22
- Medios regionales (Andalucía): 101
- Medios económicos : 19



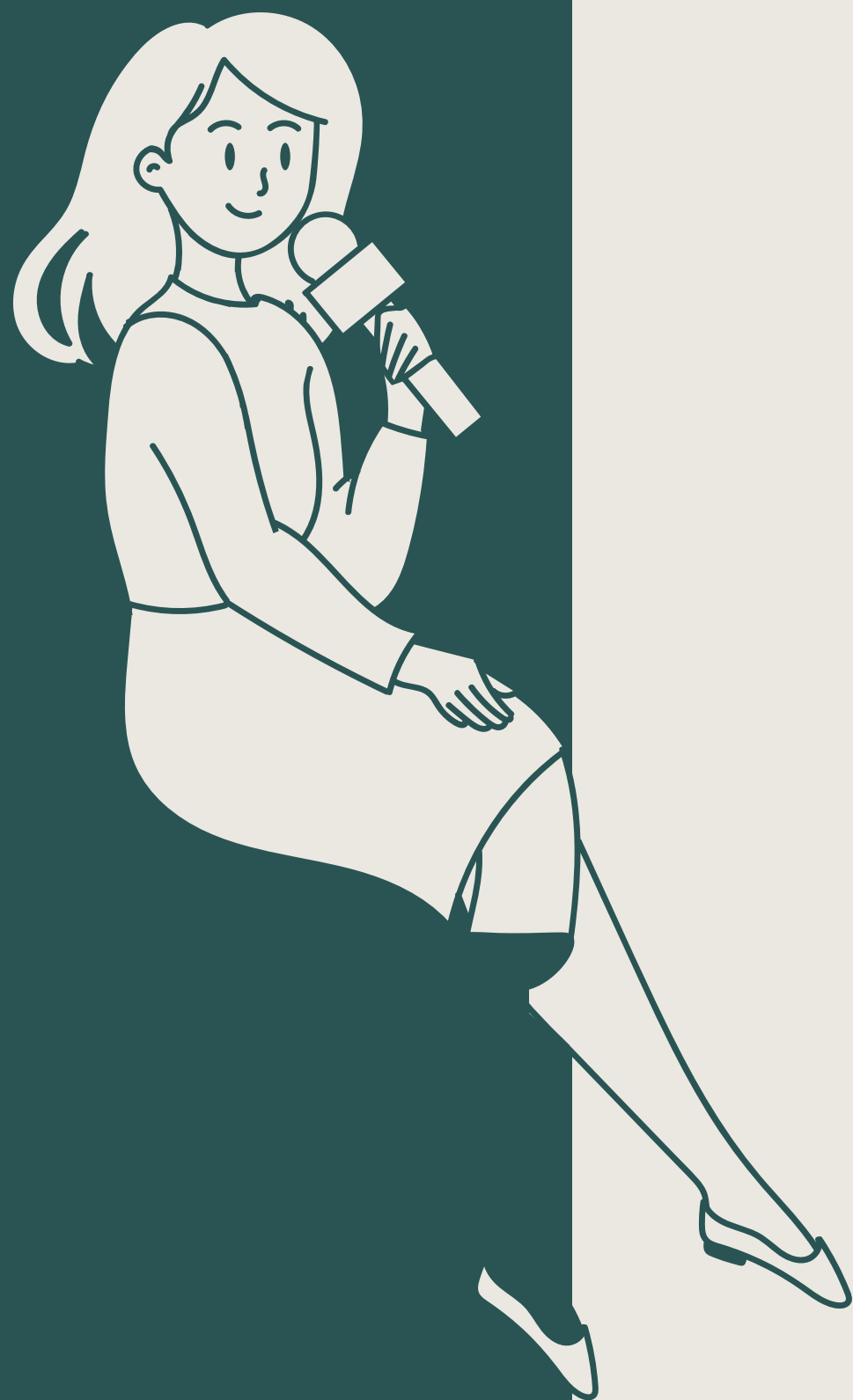
Conclusiones generales

Hay margen de mejora en la comunicación, sobre todo en el actual contexto en el que España y la Unión Europea impulsan las materias primas críticas como elemento estratégico para la transición energética, la industria y la autonomía europea.

La comunicación del sector debe pasar de una comunicación defensiva, técnica y reactiva a una más pedagógica, anticipativa, territorial y basada en datos verificables.



Conclusiones por tipo de medio



En medios de comunicación nacional las noticias se vinculan a:

Cuestiones geopolíticas

Transición energética

Empleo

Problemas medioambientales

Tierras raras



En medios de comunicación regionales
las noticias se vinculan a:

Las inversiones en el territorio

La potencia del sector

Las inversiones

Las vinculaciones sociales

La nueva situación geopolítica como
herramienta de futuro

Empleo directo e indirecto

Transición energética

I+D

Desarrollo rural

En medios de comunicación económicos
las noticias se vinculan a:

Oportunidad de desarrollo

Lentitud de la administración

Volumen de negocio

Cotizaciones

Precio de los minerales

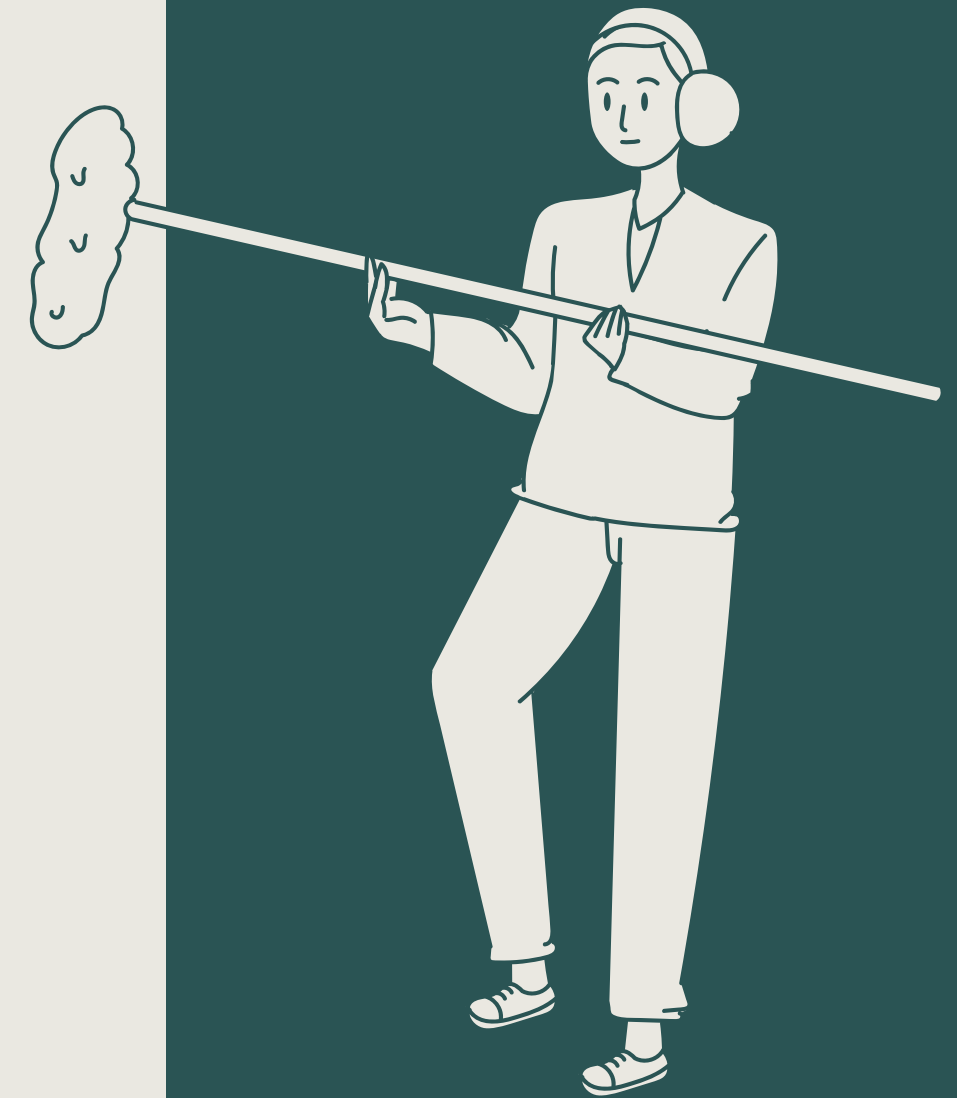


Retos

- Explicar mejor la utilidad social de la minería
- Mejorar la relación con las comunidades locales, generando confianza mediante la transparencia, el diálogo y los beneficios reales para el territorio. Para ello se debe:
 - Explicar el proyecto antes de que haya polémica
 - Tener una escucha activa y abierta a los vecinos
 - Publicar datos ambientales claros (basados en la ciencia)
 - Demostrar que hay controles ambientales
 - Generar empleo local real (acuerdos con FP, institutos, ayuntamientos, asociaciones empresariales,...)
 - Responder a las dudas que puedan surgir
 - Ser transparentes con los riesgos e impactos
 - Mantener una relación continua con el territorio



- Reforzar la transparencia ambiental (más ejemplos prácticos)
- Comunicar de forma más sencilla
- Diferenciar la minería actual de la imagen negativa heredada del pasado



¿Qué mensajes debemos
comunicar?

- Explicación de la utilidad social de la minería

Sin minerales no hay baterías, renovables, redes eléctricas ni tecnología

- Pasar de una comunicación defensiva a una comunicación transparente

No basta con comunicar que “cumplimos la ley”; hay que explicar cómo, con datos y de forma comprensible

- Hacer más comprensible la comunicación ambiental

El sector debe demostrar con hechos medibles que puede reducir, controlar y reparar impactos

- Reforzar la comunicación sobre empleo y desarrollo local

No sólo cuantos empleos directos o indirectos. Hay que comunicar qué perfiles se necesitan, qué oportunidades se ofrecen para los jóvenes, qué formación se puede organizar

...



- Mejorar la relación con las comunidades locales

Se tiene que buscar la aceptación social al proyecto y esta no se consigue con campañas publicitarias, sino con escucha, transparencia y presencia continuada

- Comunicar mejor la diferencia entre minería antigua y actual

La minería actual se debe explicar como una actividad regulada, tecnológica y sometida a controles. Ahora hay tecnología punta, se aplica la economía circular, más controles ambientales, seguridad laboral,....

- Dar más voz a perfiles técnicos y científicos

La comunicación gana credibilidad cuando no habla sólo la empresa, sino también expertos independientes y perfiles técnicos



Adaptar los mensajes a cada público

Público	Qué le preocupa	Mensaje clave
Vecinos	Salud, agua, ruido, empleo	Seguridad, controles y beneficios locales
Medios	Datos claros y actualidad	Información verificable y portavoces accesibles
Administraciones	Cumplimiento y desarrollo	Inversión, empleo y sostenibilidad
Jóvenes	Futuro laboral	Formación, tecnología y empleo cualificado
Grupos Ecologistas	Impacto ambiental	Transparencia, datos y control independiente
Empresas	Suministro y costes	Seguridad de materias primas

Diseñar mensajes específicos para cada grupo, no una comunicación única

**¿Cómo los podemos
comunicar?**

Día de la minería (4 / 12)

- Artículo de opinión
- Gestión de entrevistas a trabajadores / veteranos
- Jornada de puertas abiertas en centros

Formación de portavoces

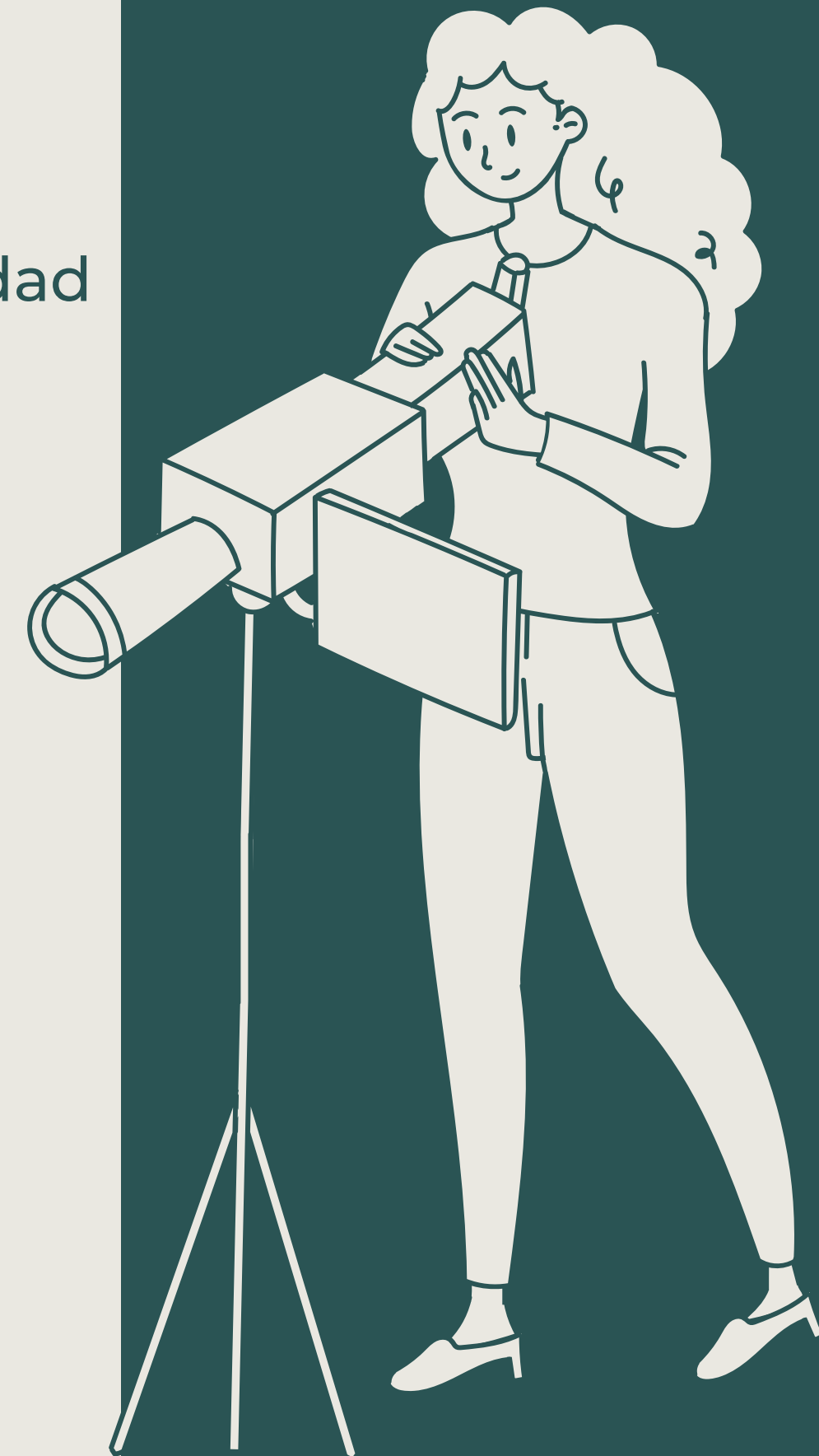
- A nivel directivo
- A nivel técnico

Hitos

- Balance temporal
- Repercusión en la sociedad
- El futuro

Glosario

- Términos mineros
- Indicación de utilidades de los materiales





Contacto con medios

- Visitas a centros
- Jornadas de networking

Apoyo Colectivos

- ONG medio ambientales
- A nivel técnico
- Patrocinio deportivo/social

Formación periodistas

- En medios de comunicación
- Beca en departamento de comunicación

Comunicación interna

- Boletín interno (digital y físico)
- Responsabilidad Social Corporativa para empleados

Comunicación multimedia

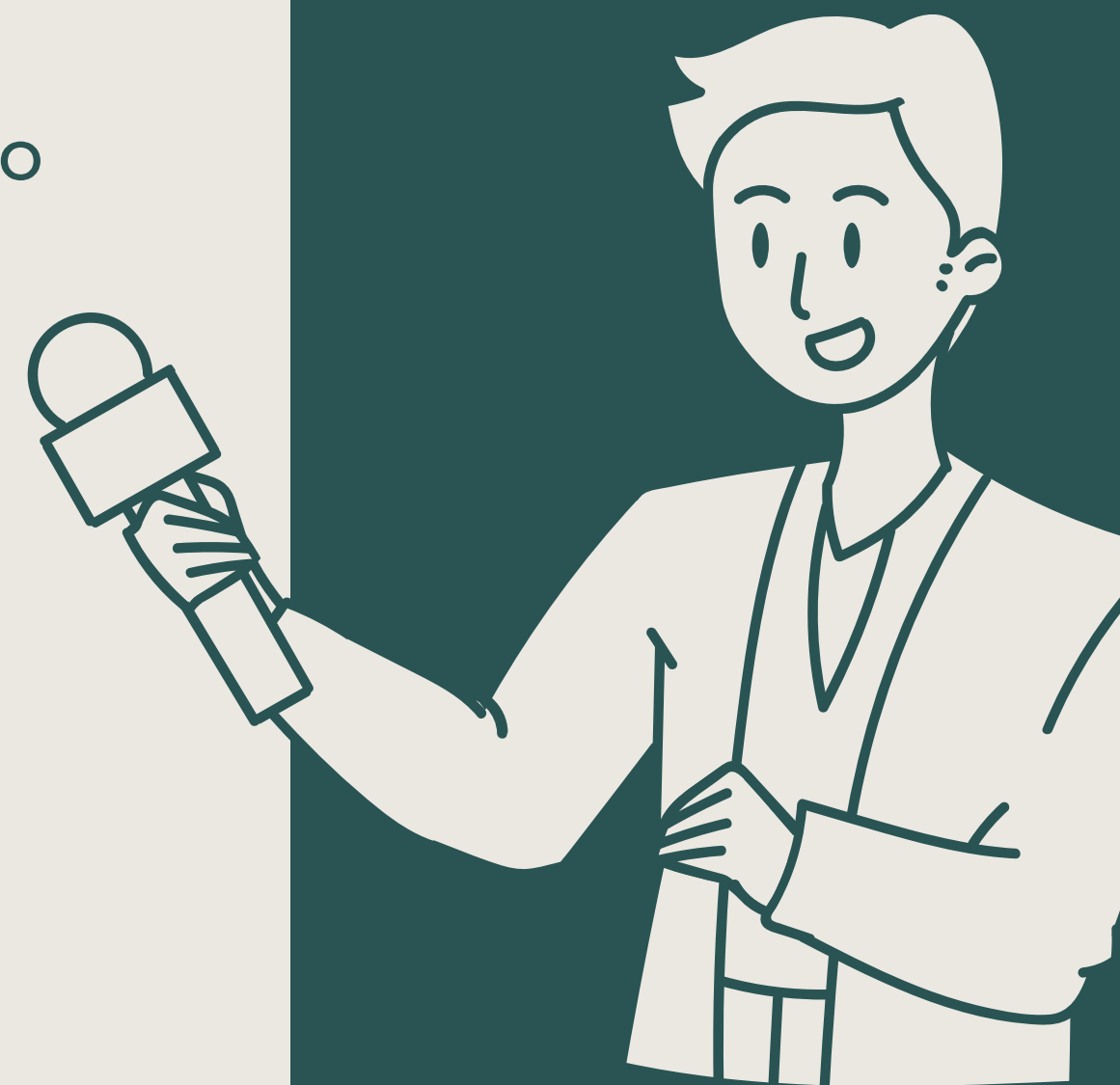
- Notas de prensa
- Contenido audiovisual
- Notas de voz

Banco de imágenes

- Generales
- De instalaciones
- De centros

Términos a usar en Comunicación

- Transición energética
- Medio ambiente
- Capacidad de desarrollo
- *Expertise*
- Investigación
- Proyectos globales
- Desarrollo rural
- Renaturalización



“El sector minero debe comunicar de manera efectiva los beneficios que aporta a la sociedad, incluyendo empleo, desarrollo económico y acceso a recursos estratégicos, para fortalecer la confianza pública y la sostenibilidad social”

— Consejo Internacional de Minería y Metales (ICMM), 2020, “Minería: Alianzas para el Desarrollo”, pág. 12. Fuente: ICMM