

## Estrategia global de comunicación

### 1. Introducción

Creado para ayudar a los países a cumplir con sus obligaciones en virtud del Convenio de Minamata sobre el Mercurio, el programa planetGOLD, respaldado por el Fondo Mundial para el Medio Ambiente (GEF, por sus siglas en inglés) y dirigido por el PNUMA, trabaja en colaboración con los gobiernos, el sector privado y las comunidades locales para reducir y, cuando sea posible, eliminar el uso de mercurio en la minería de oro artesanal y de pequeña escala (MAPE).

Una comunicación estratégica e inclusiva desempeña un papel importante a la hora de fomentar un cambio de comportamiento entre los mineros, educar a las comunidades locales sobre el mercurio, difundir conocimientos para impulsar la formalización de la MAPE y el fortalecimiento de la comprensión pública de un MAPE responsable y libre de mercurio. A pesar de las importantes contribuciones que la minería de oro artesanal y de pequeña escala aporta al suministro mundial de oro y al desarrollo económico local en algunas de las zonas más desfavorecidas del mundo, la degradación ambiental, las prácticas laborales inseguras y otros impactos negativos asociados al sector siguen dominando la percepción pública sobre esta actividad.

Esta reputación negativa frena su potencial: debilita el apoyo político a políticas y regulaciones nacionales adecuadas, desalienta la inversión y limita el acceso de los mineros a la financiación. Socava el interés de los compradores justos y responsables e incluso fomenta, en ocasiones, la hostilidad por parte de otros sectores y de la opinión pública. En el contexto de esta percepción negativa del sector de la MAPE, el programa planetGOLD reconoce el importante papel que pueden desempeñar las prácticas de comunicación estratégicas e inclusivas para ayudar a generar un mayor apoyo al sector de la MAPE, y para llamar la atención sobre los beneficios que la MAPE puede aportar a las comunidades locales cuando recibe el apoyo adecuado y un acceso justo a la financiación formal y a los mercados.

El refuerzo del apoyo a la reforma del sector de la MAPE debe implicar un cambio de percepción en torno a los mineros artesanales y de pequeña escala, especialmente a nivel nacional y entre el sector financiero. Esta estrategia de comunicación global de planetGOLD está diseñada para ayudar a lograrlo, replanteando la cuestión en torno a los beneficios sociales, medioambientales y económicos de apoyar a los mineros, y animando a los medios de comunicación a cubrir el sector desde un ángulo más orientado a las soluciones.

A medida que avance el trabajo de planetGOLD, el programa también recopilará las lecciones aprendidas y las mejores prácticas, y desarrollará nuevos conocimientos sobre cómo ampliar las soluciones de apoyo a los mineros artesanales y de pequeña escala. Esta estrategia tiene como objetivo contribuir al logro de los objetivos del componente de gestión del conocimiento y divulgación del programa: ayudar a los países participantes en

el proyecto y a la comunidad de la minería artesanal y a pequeña escala en general a acceder y aplicar cada vez más los conocimientos para profundizar en la reducción del mercurio; y mejorar la comprensión del sector de la minería artesanal y a pequeña escala por parte de los gobiernos, el sector privado, las comunidades mineras y el público en general.

Una comunicación eficaz será importante para planetGOLD a lo largo del ciclo de vida del programa, ya que este busca movilizar a una amplia gama de partes interesadas y públicos en torno al apoyo a los mineros artesanales y de pequeña escala, y trabaja para informar el desarrollo de los esfuerzos de formalización de la MAPE a nivel mundial.

### **Relación con otras estrategias de proyectos derivados**

Esta estrategia de comunicación detalla el enfoque y las tácticas de comunicación que se adoptarán en los próximos años para ayudar a fomentar y aumentar el apoyo, al tiempo que se cambian las percepciones y se involucra a grupos clave fundamentales para el éxito del programa. La estrategia ofrece orientación para garantizar la coherencia de los mensajes y la alineación de la marca planetGOLD en todas las comunicaciones del programa.

Sin embargo, las actividades concretas detalladas en esta estrategia se centran en lo que se implementará a nivel global del programa, reconociendo que cada proyecto secundario desarrollará sus propios planes de comunicación *complementarios* a nivel nacional con públicos, plataformas y tácticas de divulgación distintos. La responsabilidad de gestionar las actividades contempladas en este documento estratégico recae en el Proyecto Global.

## **2. Enfoque estratégico**

Esta estrategia tiene como objetivo último ayudar a los proyectos de planetGOLD a nivel nacional y a la comunidad de la MAPE en general a acceder y aplicar cada vez más conocimientos para profundizar la reducción del uso de mercurio, así como mejorar la comprensión del sector de la MAPE por parte de los gobiernos, el sector privado, las comunidades mineras y el público en general.

Para lograrlo, será necesario transformar la percepción que se tiene de la minería de oro artesanal y de pequeña escala, especialmente a nivel nacional y mundial. Esta estrategia contribuirá a ello replanteando el tema en torno a los beneficios sociales, medioambientales y económicos que supone apoyar a los mineros artesanales y de pequeña escala, y recurriendo de forma sistemática a los medios de comunicación para que aborden estos temas desde un enfoque orientado a las soluciones. Al mismo tiempo, se propondrán y publicarán de forma proactiva reportajes, artículos de opinión y blogs en los medios de comunicación y en las plataformas utilizadas por los gobiernos, el sector financiero y la industria mundial del oro. A medida que avance el programa, las colaboraciones con marcas y las campañas conjuntas también respaldarán este cambio de percepción.

Los temas prioritarios para las comunicaciones y los productos de conocimiento incluirán innovaciones en materia de formalización, como los enfoques jurisdiccionales o de paisaje para la formalización, el acceso a los mercados y la transferencia de tecnología. Las lecciones aprendidas y la documentación de los esfuerzos de los países, así como otros temas relacionados con la MAPE que se deben tener en cuenta, incluyen la biodiversidad, la planificación del uso del suelo, la salud y la seguridad en el trabajo, la producción de oro libre de mercurio y la diligencia debida en las cadenas de suministro de oro.

Esta estrategia también promoverá de forma proactiva lo que el programa está aprendiendo y los conocimientos que genera para maximizar su aceptación entre los públicos clave, incluida la comunidad de desarrollo y el sector privado, en particular aquellos que trabajan en la MAPE. Por último, esta estrategia también consolidará y reforzará el apoyo de las partes interesadas y los donantes mediante la comunicación periódica de avances, hitos e impactos. Un enfoque narrativo con un fuerte énfasis en la producción de contenidos audiovisuales hará que los materiales de comunicación elaborados en el marco de esta estrategia sean atractivos e impactantes, y permitirá al programa llegar a un público más amplio.

El éxito final de esta estrategia y la capacidad del programa para comunicarse de manera eficaz se sustentarán en los sólidos cimientos creados durante la primera fase del programa planetGOLD de la Iniciativa para la Gestión de la Minería ( ) (GEF ID: 9602). Esta estrategia de comunicación se basa en esos esfuerzos previos, que implicaron la puesta en marcha de las herramientas de gestión necesarias para obtener resultados en materia de comunicación, así como el establecimiento de herramientas clave, como un conjunto básico de herramientas de comunicación, y el desarrollo de una marca y una narrativa del programa unificadas. Estas herramientas clave se pueden encontrar en la página web interna [Home Base](#) del programa, destinada a los participantes.

Los objetivos de esta estrategia son:

- **Influir en la percepción positiva del público:** involucrar a los medios de comunicación y a las marcas para apoyar un cambio positivo en la percepción en los países del programa y entre los ciudadanos preocupados de los mercados occidentales.
- **Cambiar las percepciones del sector financiero:** comunicar de forma eficaz y cada vez más amplia en todo el sector financiero a nivel mundial y nacional para apoyar un cambio positivo en las percepciones en torno a la inversión en la MAPE.
- **Fomentar la difusión generalizada del conocimiento:** generar una amplia concienciación y aceptación de las soluciones que está explorando planetGOLD entre las partes interesadas, los profesionales del desarrollo y quienes trabajan en la MAPE.



### 3. Estrategia de comunicación: Enmarcar el discurso del programa en torno a la «oportunidad»

El programa planetGOLD tiene como objetivo sensibilizar a sus públicos clave sobre el **potencial de desarrollo** del sector de la minería de oro artesanal y de pequeña escala. Por este motivo, esta estrategia enmarca la narrativa externa del programa en torno a la «oportunidad» de desarrollo que existe, en lugar de comenzar la historia con los problemas a los que se enfrentan los mineros.

La idea es captar inmediatamente la atención del público con lo que se puede lograr gracias a su apoyo. Este enfoque centrado en la «oportunidad» no pretende sensibilizar al público sobre el uso del mercurio en la MAPE, sino más bien sobre la «oportunidad» de reducir dicho uso. Se trata de una distinción importante. Este enfoque permite al público vislumbrar de inmediato un camino a seguir, evitando generar involuntariamente un sentimiento más negativo hacia la MAPE a medida que las personas se van concienciando sobre su uso en la minería de pequeña escala.

Dado que planetGOLD cuenta con una amplia variedad de públicos, se utilizan dos narrativas del programa interrelacionadas, junto con mensajes clave y llamadas a la acción dirigidas a grupos específicos. Habrá una narrativa general del programa que enmarque el apoyo a los mineros artesanales y a pequeña escala como una oportunidad de desarrollo sostenible, además de una narrativa específica del programa dirigida al sector financiero, en la que se exponga el argumento comercial.

#### **Narrativa general del programa**

***Hacer referencia al fomento de una minería responsable y libre de mercurio como solución de desarrollo sostenible***

#### ***Declaración de oportunidad:***

*Solo puede lograrse un suministro mundial limpio de oro cuando las comunidades mineras artesanales y de pequeña escala formen parte de la solución. Más allá de los beneficios medioambientales, la transformación del sector de la minería de oro artesanal tiene el potencial de inyectar nuevo capital en las economías locales y mejorar la vida de más de 100 millones de personas que dependen directa o indirectamente de esta industria para su sustento.*

#### ***Problema y solución:***

*Los mineros artesanales y de pequeña escala son responsables de producir aproximadamente el 20 % del oro mundial cada año. Debido a las limitadas oportunidades económicas o a la falta de concienciación sobre los riesgos, muchas de estas explotaciones mineras artesanales y de pequeña escala utilizan mercurio tóxico para extraer el oro. Este método de extracción de oro, con 3000 años de antigüedad, está provocando graves consecuencias medioambientales y para la salud. Sin embargo, existe la oportunidad de mejorar simultáneamente las prácticas mineras de estos mineros artesanales y de pequeña escala, aumentando de forma sostenible su productividad y, al mismo tiempo, mejorando la cadena de suministro del oro y eliminando la mayor fuente de contaminación por mercurio del mundo.*

### **Cómo hablar sobre lo que hace el programa:**

*El programa planetGOLD trabaja en colaboración con gobiernos, el sector privado y las comunidades de la MAPE de todo el mundo para mejorar significativamente las prácticas de producción y las condiciones de trabajo de los mineros artesanales y de pequeña escala. Al trabajar para cerrar la brecha de financiación, apoyar la formalización y conectar a las comunidades mineras con tecnologías libre de mercurio y mercados formales, el programa está mostrando un camino hacia prácticas de minería de oro artesanal y de pequeña escala seguras y rentables que benefician a todos, desde la mina hasta el mercado.*

### **Análisis específico del sector financiero**

***Hacer referencia a la oportunidad de generar un impacto, mitigar el riesgo y garantizar un rendimiento de la inversión a largo plazo***

Dado que la participación del sector financiero, tanto a nivel internacional como nacional, es fundamental para el éxito del programa, esta estrategia también plantea un discurso específico que permitiría al programa dirigirse manera coherente y con una sola voz a este sector:

#### ***Declaración de oportunidad:***

*Existe una oportunidad para que los inversores aprovechen la mejora de las prácticas de la minería de oro artesanal y de pequeña escala, que actualmente generan un total de entre 38 000 y 46 000 millones de dólares<sup>1</sup> cada año. Al hacerlo, los inversores se alinearían con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, contribuyendo a aliviar la pobreza y la degradación medioambiental en las economías rurales, al tiempo que mejoran la salud humana y promueven empleos decentes.*

#### ***Problema y solución:***

*La minería artesanal y de pequeña escala representa aproximadamente el 20 % de la producción mundial de oro cada año. Debido a las limitadas oportunidades económicas o a la falta de concienciación sobre los peligros, muchas de estas explotaciones mineras artesanales y de pequeña escala utilizan mercurio tóxico para extraer el oro. Este método de extracción de oro, con 3000 años de antigüedad, está provocando graves consecuencias medioambientales y para la salud.*

*Con un mejor acceso a maquinaria moderna y formación, los entre 10 y 20 millones de mineros a pequeña escala que se estima que operan en todo el mundo podrían aumentar su productividad de forma sostenible, al tiempo que mejoran la cadena de suministro del oro y reducen la mayor fuente mundial de contaminación por mercurio. La transformación del sector de la minería artesanal del oro tiene el potencial de inyectar nuevo capital en las economías locales y mejorar la vida de más de 100 millones de personas, cuyo sustento depende directa o indirectamente de esta industria. Es evidente que existe un enorme potencial de retorno de la inversión a esta escala, por no mencionar los beneficios sociales y medioambientales asociados.*

---

<sup>1</sup> Basándose en el precio medio de cierre del oro en 2024, y suponiendo una producción de entre 500 y 600 toneladas al año

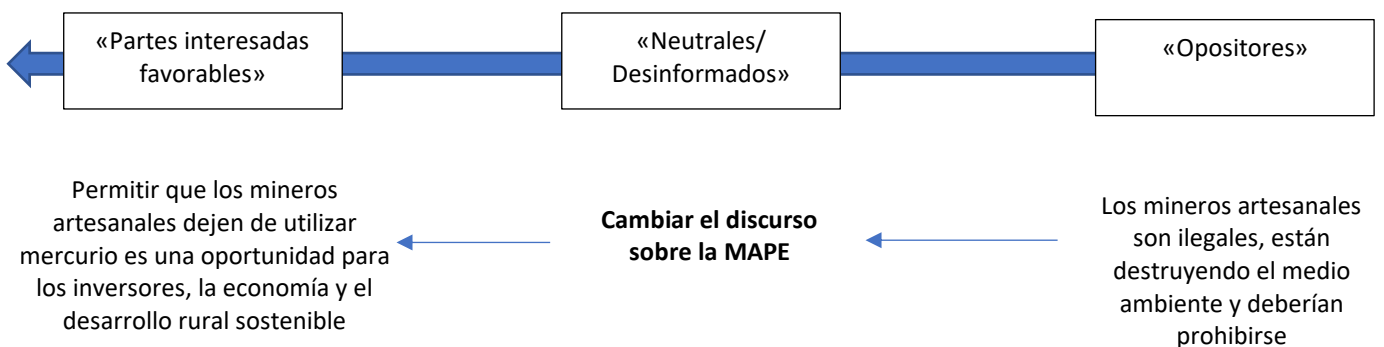
### **Cómo hablar sobre lo que hace el programa:**

*El programa planetGOLD trabaja en todo el mundo en colaboración con gobiernos, el sector privado y las comunidades mineras para reducir las barreras a la financiación transformadora. Hacemos un llamado a la comunidad inversora para que se una a nosotros en la creación conjunta de soluciones de financiación viables que mitiguen los riesgos ambientales y sociales en la cadena de suministro de oro. Juntos, podemos garantizar un futuro responsable y rentable para la minería de oro artesanal y de pequeña escala, un futuro que beneficie a las personas y al planeta.*

## **4. Públicos y mensajes**

Los niveles de concienciación y las opiniones sobre la MAPE son variados y complejos, dependiendo de los públicos concretos y de su exposición a las cuestiones relacionadas con el sector. En consonancia con la visión de comunicación más amplia del programa para «cambiar el discurso» en torno al MAPE, es necesario llevar a cabo una comunicación dirigida a cada grupo de público y un análisis de su percepción actual. Lograr una comprensión adecuada de todos los actores a lo largo de la cadena de suministro no es tarea fácil. La variedad de actores es muy diversa: desde comunidades mineras, compradores, refinerías, fabricantes, minoristas, consumidores, instituciones financieras y reguladores. Cada uno tendrá necesidades, intereses y preferencias específicos.

Las diversas partes interesadas, o públicos potenciales, pueden considerarse como un continuo, con las «partes interesadas favorables» en un extremo y los «opositores» en el otro. En el medio se encuentran las partes interesadas que simplemente «desconocen» o son neutrales respecto al debate sobre la MAPE y la narrativa de las oportunidades, y que, con un mayor conocimiento de las oportunidades, podrían pasar al «lado favorable».



## **Partes interesadas que apoyan**

Algunas partes interesadas conocen muy bien el potencial de desarrollo y la necesidad de apoyar a los mineros de la MAPE mediante un mayor acceso a la financiación, la tecnología, los mercados sostenibles y un sólido proceso de formalización. A estos actores se les puede denominar «partes interesadas que apoyan la causa», cuyo apoyo debe mantenerse y aprovecharse.

## **Opositores**

Es posible que otras partes interesadas no estén tan familiarizadas con la oportunidad general que podría ofrecer un sector de la pequeña minería formalizado y libre de mercurio. En su forma más extrema, estas partes interesadas pueden denominarse «opositores» al discurso proactivo que promueve la necesidad de incluir y apoyar a los mineros de la MAPE en su transición hacia prácticas responsables sin el uso de mercurio. Las partes interesadas que cuestionan la narrativa de la «oportunidad» en torno al MAPE probablemente consideren a los mineros artesanales como ilegales y que no merecen apoyo. Estas partes interesadas no reconocen que, con un acceso adecuado a la financiación, la formación y la tecnología, los mineros de la MAPE pueden formar parte de la solución para eliminar el mercurio, así como apoyar los medios de vida y el desarrollo económico rural.

## **Partes interesadas neutrales/desinformadas**

Se puede considerar que las diversas partes interesadas, o públicos potenciales, se sitúan en un continuo, con las «partes interesadas que apoyan» en un extremo y los «opositores» en el otro. En el medio se encuentran las partes interesadas que simplemente «desconocen» y/o son neutrales respecto al debate sobre la MAPE y la narrativa de la oportunidad, y que, con un mayor conocimiento de la oportunidad, podrían pasar al «lado de los que apoyan».

## **Resumen de los públicos clave a los que se dirige y los mensajes clave**

En el caso de las comunicaciones de planetGOLD, no será posible aplicar un enfoque único para todos, sino que los mensajes deberán adaptarse a los distintos públicos. Por ejemplo, el nivel de detalle y los datos necesarios para convencer a un público inversor resultarán demasiado complejos e irrelevantes para el ciudadano preocupado. Y, a la inversa, un público inversor perderá rápidamente el interés si se le presentan comunicaciones que no planteen un argumento comercial convincente.

Del mismo modo, esta estrategia reconoce que cada proyecto derivado desarrollará sus propios planes de comunicación complementarios a nivel nacional, con públicos y mensajes distintos basados en su contexto local, las diferencias culturales y los mensajes que ya puedan estar utilizando otros programas paralelos para la MAPE en la región. La tabla siguiente tiene en cuenta los grupos a nivel nacional; sin embargo, esta información deberá ser perfeccionada y verificada por cada proyecto derivado a medida que estos equipos de proyectos nacionales desarrollen sus propios planes de comunicación.

Los tres grupos de partes interesadas mencionados anteriormente participarán en la estrategia de comunicación del programa. Para cambiar el discurso entre los grupos de

partes interesadas reticentes y poco informados, tanto a nivel mundial como nacional, es fundamental proporcionar materiales tangibles con los que el público pueda interactuar. El segmento de partes interesadas que apoya la iniciativa recibirá comunicaciones que les proporcionen conocimientos que puedan ayudar a la implementación de actividades relacionadas con la formalización de la MAPE y les capaciten para cambiar el discurso al comunicarse con partes interesadas neutrales o detractoras. Los mensajes clave de « » adaptados a cada grupo de público, transmitidos a través de canales y herramientas de comunicación designados, ayudarán a cambiar las percepciones, modificar los sentimientos improductivos hacia la MAPE con el tiempo y empoderar a las partes interesadas involucradas en el proceso de formalización.

**Tabla 1: Grupos destinatarios clave y mensajes clave**

Grupos de público objetivo	Objetivo	Mensaje clave	Llamadas a la acción	Canales clave
<b>Partes interesadas que prestan apoyo a nivel mundial: es importante mantener su compromiso y apoyo</b>				
<b>Partes interesadas del programa: miembros de la Alianza Mundial sobre el Mercurio del PNUMA, el Grupo Asesor del Programa y personas clave dentro de los organismos de ejecución que facilitan el intercambio de conocimientos y la difusión de la información</b>	Este grupo es «solidario», y será importante comunicarse con ellos regularmente para mantener su compromiso y apoyo al trabajo de planetGOLD.	Juntos podemos ayudar a los mineros artesanales y de pequeña escala a abandonar el mercurio, acceder a los mercados y mejorar el medio ambiente y sus vidas mediante la creación de un entorno propicio para la formalización a través de innovaciones como Enfoques jurisdiccionales y paisajísticos para la formalización de la MAPE.	Suscríbete al boletín de planetGOLD, añade la página web a tus favoritos, síguenos en las redes sociales y comparte nuestros kits de contenido para redes sociales, noticias y conocimientos con tu red de contactos.  Póngase en contacto con nosotros para saber cómo puede ayudar a promover la misión de planetGOLD en los eventos de su organización.	Informe anual, sitio web, kits de contenido para redes sociales, boletín informativo, LinkedIn, YouTube, productos de conocimiento, reuniones periódicas de proyectos, llamadas y eventos externos relevantes.
<b>Comunidad global que trabaja en la MAPE / comunidad de desarrollo global</b>	Este grupo es «solidario», y será importante comunicarse con ellos regularmente para mantener su compromiso y apoyo al trabajo de planetGOLD. Además, para darles a conocer los recursos y conocimientos que se están generando, de modo que su	Trabajamos para mejorar la vida de los mineros artesanales y de pequeña escala y el medio ambiente, integrándolos en la economía formal a través de innovaciones en la formalización, como enfoques jurisdiccionales y paisajísticos. Esto implica colaborar con los mineros, el gobierno, el sector financiero y la cadena de suministro para poner a prueba soluciones, y	Únase a nosotros. Visite nuestro sitio web. Explore nuestro repositorio de conocimientos en línea. Lea nuestras historias. Vea nuestros vídeos. Síganos en LinkedIn y suscríbese a nuestra lista de correo electrónico para recibir actualizaciones periódicas y enlaces	Informe anual, LinkedIn, conferencias y eventos, blogs, productos de conocimiento, sitio web, boletín informativo por correo electrónico y eventos externos relevantes.

	trabajo se vea potenciado por ello.	recopilar los avances y las lecciones aprendidas sobre la minería de oro artesanal y de pequeña escala para ampliar aquellas soluciones que funcionan.	a nuestros últimos artículos, investigaciones e informes. Póngase en contacto con nosotros para saber cómo podemos asociarnos o cooperar, y qué puede aportar planetGOLD a las prioridades de su organización. Si desea que le dediquemos un perfil o contribuir con su investigación a nuestro centro de conocimiento en línea, póngase en contacto con nosotros.	
--	-------------------------------------	--	---	--

**Neutrales o detractores a nivel global: estos grupos deben cambiar su percepción para ver la oportunidad y apoyar las acciones en favor de los mineros artesanales y de pequeña escala**

<b>Inversores de impacto social</b>	Este grupo es actualmente en gran medida «neutral» y potencialmente «retador», ya que ve riesgos en invertir en el sector de la minería artesanal y de pequeña escala (MAPE). El objetivo sería sensibilizarles sobre los beneficios y la oportunidad que supone apoyar al sector de la MAPE.	La minería artesanal de oro es una actividad económica fundamental para las comunidades mineras rurales de todo el mundo, ya que sustenta los medios de vida de unos 100 millones de personas, ya sea directa o indirectamente. Por lo tanto, la MAPE tiene el potencial de convertirse en un motor legítimo del desarrollo sostenible. La inversión en la maquinaria adecuada y en formación puede erradicar el uso de mercurio en toda una comunidad minera, al tiempo que impulsa la productividad y ofrece un modelo para la inversión a gran escala. planetGOLD busca inversores innovadores para crear conjuntamente soluciones revolucionarias en el sector de la minería artesanal del oro. Al hacerlo, los inversores se alinearían con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, contribuyendo a aliviar la pobreza y la degradación medioambiental en las economías rurales.	Descubra más sobre cómo puede participar y manténgase en contacto a través de LinkedIn. Conozca algunas de las comunidades mineras con las que podría asociarse en nuestro sitio web interactivo y en nuestros vídeos.	Productos de conocimiento dirigidos al sector financiero, kit de comunicación para el sector financiero, LinkedIn, sitio web, medios financieros (por ejemplo, <i>Bloomberg</i> y <i>Financial Times</i> ), eventos y conferencias sobre inversión de impacto social, perfiles en vídeo y web de mineros listos para la inversión, artículos de opinión de colegas y presentaciones en eventos externos relevantes.
-------------------------------------	---	--	---	---

<p><b>Inversores y bancos del sector minero</b></p>	<p>Este grupo se encuentra actualmente en su mayor parte en una posición «neutral» o de «desafío», ya que ven riesgos en invertir en el sector de la minería artesanal y de pequeña escala (MAPE). El objetivo sería sensibilizarles sobre los beneficios y las oportunidades que supone apoyar al sector de la MAPE.</p>	<p>Existe una oportunidad para que los inversores saquen partido de la mejora de las prácticas de la minería artesanal y de pequeña escala. Al hacerlo, los inversores se alinearían con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, contribuyendo a aliviar la pobreza y la degradación medioambiental en las economías rurales.</p> <p>Invertir en los mineros artesanales y de pequeña escala para mejorar sus prácticas y eliminar el uso de mercurio tóxico es lo correcto. A largo plazo, esto ayudará a «limpiar» el sector de la minería de oro artesanal y de pequeña escala y a mejorar la percepción general de la industria minera.</p>	<p>Descubre más sobre cómo puedes participar y mantente en contacto a través de LinkedIn. Conoce algunas de las comunidades mineras con las que podrías colaborar en nuestra página web interactiva y en nuestros vídeos.</p> <p>Lea los casos prácticos que hemos recopilado y que muestran los resultados de colaboraciones anteriores en materia de finanzas e inversión con comunidades mineras.</p>	<p>LinkedIn, publicaciones sobre minería y del sector, eventos y conferencias presenciales del sector, productos de información para inversores, kit de comunicación del sector financiero, artículos de opinión de colegas y presentaciones en eventos externos relevantes.</p>
<p><b>Marcas globales que compran oro</b></p>	<p>Este grupo se encuentra actualmente en gran medida en una posición «neutral» y potencialmente «retadora», ya que perciben riesgos a la hora de invertir en el sector de la minería artesanal y de pequeña escala (MAPE). El objetivo sería sensibilizarles sobre los beneficios y las oportunidades que supone apoyar al sector de la MAPE.</p>	<p>Las marcas tienen la oportunidad de diferenciarse éticamente como compradoras y proveedoras de productos con conciencia social. A medida que crece la conciencia y la preocupación medioambiental a nivel mundial entre los consumidores, al apoyar a planetGOLD, las comunidades mineras con las que trabajamos (y otras comunidades dedicadas a la MAPE), las marcas pueden demostrar a sus clientes su compromiso con un abastecimiento responsable desde el punto de vista medioambiental y social. También se alinearán con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, posicionándose como una fuerza de cambio al tiempo que forman parte de la creación de una cadena de suministro global del oro más limpia y responsable.</p>	<p>Descubre más sobre cómo puedes participar y mantente en contacto a través de LinkedIn. Conoce algunas de las comunidades mineras con las que podrías colaborar en nuestra página web interactiva y en nuestros vídeos.</p>	<p>Ferias de joyería y eventos del sector, boletines informativos por correo electrónico, revistas especializadas, contacto directo con directores de sostenibilidad de marcas clave a nivel mundial, LinkedIn, artículos de opinión de colegas y presentaciones en eventos externos relevantes.</p>

<p><b>Medios de comunicación globales (por ejemplo: CNN, BBC, Aljazeera, El País, Time, The Economist, New York Times, etc.)</b></p>	<p>Este grupo está compuesto actualmente en gran parte por «desafiadores». Se mostrarán escépticos ante las «historias de éxito» y las noticias sobre el impacto. Sería importante reconocer los retos y ayudarles a informar sobre las posibles soluciones y cómo el sector está llevando a cabo la transición con la ayuda de planetGOLD.</p>	<p>Mientras crece la demanda mundial de oro, aproximadamente 100 millones de personas en todo el mundo dependen de la minería de oro artesanal y de pequeña escala como su única fuente de ingresos o medio de subsistencia. Existen soluciones prometedoras para eliminar el uso de mercurio y mejorar los resultados sociales y medioambientales en la minería de oro artesanal y de pequeña escala, que produce alrededor del 20 % del oro mundial. La falta de financiación, de mecanismos legales y de formación a menudo mantiene estas soluciones fuera del alcance de estos mineros, pero el programa planetGOLD está trabajando para cambiar eso.</p> <p>Es necesario apoyar a los mineros en la transición hacia una cadena de suministro de la minería artesanal y de pequeña escala del oro (MAPE) más responsable. Una MAPE gestionada de forma responsable dará lugar a la protección de los puntos críticos para el ecosistema y la biodiversidad, al tiempo que ofrece oportunidades para el desarrollo de medios de subsistencia.</p> <p>A medida que crece la conciencia y la preocupación medioambiental a nivel mundial, esta es una oportunidad para que todos —desde los consumidores hasta los joyeros y los financiadores— apoyen un mercado del oro más sostenible y de comercio justo, que beneficie directamente tanto al medio ambiente global como a las comunidades de los países en desarrollo que dependen</p>	<p>Suscríbase a nuestra lista de medios para obtener más información y recibir noticias y novedades exclusivas y bajo embargo.</p> <p>Póngase en contacto directamente con nuestros expertos que trabajan en soluciones para el sector de la MAPE, así como [potencialmente] con las propias comunidades mineras, para obtener más información.</p> <p>Conoce algunas de las comunidades mineras con las que trabajamos y que están llevando a cabo la transición.</p>	<p>Propuestas de reportajes, taller y red de periodismo de soluciones, artículos de opinión, entrevistas a expertos, eventos y conferencias internacionales, anuncios importantes y hitos, canales sociales de socios, sitio web de planetGOLD, reportajes en vídeo, campañas con socios.</p>
--	---	--	--	---

		<p>de la minería del oro para su sustento.</p> <p>El programa planetGOLD colabora con gobiernos, el sector privado y los propios mineros artesanales y de pequeña escala para poner a prueba soluciones que eliminen o eviten que 517 toneladas de mercurio lleguen al medio ambiente.</p>		
<b>Ciudadanos preocupados</b>	<p>Dependiendo de su nivel de exposición a los beneficios de apoyar a los mineros artesanales y de pequeña escala, es probable que este grupo abarque todo el espectro, desde los que apoyan hasta los que se oponen. Los que se muestran neutrales podrían inclinarse hacia cualquier lado.</p>	<p>Millones de personas en todo el mundo dependen del sector de la minería de oro artesanal y de pequeña escala como su única fuente de ingresos. Existe la oportunidad de crear un mercado del oro de comercio justo más sostenible, que beneficie directamente tanto al medio ambiente global como a las comunidades de los países en desarrollo que dependen de la minería del oro para su sustento. Para eliminar el uso de mercurio en la minería de oro artesanal y de pequeña escala y resolver otros retos medioambientales y sociales, es necesario apoyar a los mineros en la transición, con un mejor acceso a la financiación, la formación y los mercados internacionales.</p>	<p>Infórmate sobre nuestro trabajo y busca marcas que ofrezcan oro extraído sin mercurio.</p> <p>Conoce algunas de las comunidades mineras con las que trabajamos y que están llevando a cabo la transición. Síguenos y sigue la conversación #planetGOLD / #MakeMercuryHistor y en las redes sociales. Visita nuestra página web. Lee nuestras historias. Mira nuestros vídeos. Suscríbete para recibir actualizaciones por correo electrónico.</p>	<p>Medios de comunicación, sitio web, historias en vídeo, redes sociales (nuestras y de agencias asociadas), campaña de relaciones públicas con socios.</p>

**GRUPOS A NIVEL NACIONAL: Dado que cada país tiene un contexto específico, los mensajes que figuran a continuación están concebidos como una guía y deben adaptarse a las realidades nacionales concretas.**

**Esta estrategia recomienda que cada equipo nacional identifique a sus públicos clave y realice estudios para comprender sus percepciones y priorizarlas en consonancia con las estrategias de comunicación y las campañas que vayan a desarrollar.**

<p><b>Instituciones gubernamentales nacionales</b></p>	<p>Este grupo abarcará todo el espectro de partes interesadas, desde detractores hasta partidarios, dependiendo de la institución, su relación con el sector de la MAPE y la percepción existente de la MAPE en el país. Cuando se encuentren detractores, los mensajes deben centrarse en la amplia oportunidad que supone la adopción de innovaciones de enfoques jurisdiccionales y paisajísticos para la formalización, ya que estas buscan soluciones beneficiosas para todas las partes.</p>	<p>planetGOLD está trabajando con las partes interesadas locales para implementar innovaciones en materia de formalización, como enfoques jurisdiccionales y paisajísticos, que crearán escenarios beneficiosos a largo plazo para el desarrollo rural, el medio ambiente y las comunidades mineras.</p>	<p>Para saber más sobre cómo puede participar, póngase en contacto con el coordinador del proyecto en el país.</p>	<p>Invitaciones a eventos, grupos de trabajo y comités.</p>
<p><b>El sector financiero (en particular, el sector bancario)</b></p>	<p>Este grupo se encuentra actualmente en una posición de «desafío», ya que ve riesgos en invertir en el sector de la MAPE.</p> <p>El objetivo sería sensibilizarles sobre los beneficios y las oportunidades que supone apoyar a la MAPE.</p> <p>Los mensajes dirigidos a este grupo también incluirán cómo el proyecto está colaborando con el</p>	<p>planetGOLD está trabajando para desarrollar una serie de modelos destinados a mejorar la formalización y el acceso a la financiación para los mineros artesanales. Buscamos socios en el sector bancario que estén interesados en entrar en un nuevo mercado y generar un impacto positivo.</p> <p>El panorama y las actitudes hacia la MAPE están cambiando, y participar en este proyecto es una oportunidad para ser uno de los pioneros en el mismo.</p>	<p>Obtenga más información sobre cómo puede participar. Hable directamente con nuestro coordinador financiero.</p>	<p>Foros nacionales para inversores, medios de comunicación empresariales nacionales, material informativo dirigido a inversores, como guías de inversión socialmente responsable y kits de herramientas ESG, y artículos de opinión de otros profesionales del sector.</p>

	gobierno para crear un entorno propicio para la formalización.			
<b>Sector minero formal</b>	Este grupo se encuentra actualmente en una posición de «desafío», ya que perciben riesgos a la hora de invertir en el sector de la minería artesanal y de pequeña escala (MAPE). El objetivo sería sensibilizarles sobre los beneficios y las oportunidades que supone apoyar al sector de la MAPE.	Apoyar a los mineros artesanales y a la minería de pequeña escala para que mejoren sus prácticas y reduzcan el uso tóxico del mercurio es lo correcto. A largo plazo, esto ayudará a «limpiar» el sector de la minería del oro y a mejorar la percepción general de la industria minera.	Descubre más sobre cómo puedes participar.  Hable directamente con nuestro coordinador financiero.	Publicaciones locales del sector, eventos del sector, colaboración con las Cámaras de Minas, contacto directo con los responsables de RSE de las empresas, LinkedIn, artículos de opinión de compañeros del sector.
<b>Las empresas mineras y sus comunidades</b>	Es probable que este grupo abarque todo el espectro, con algunos dispuestos a colaborar con planetGOLD y otros neutrales o que consideren que hacer las cosas de otra manera supone un riesgo, por lo que podrían cuestionar la idea.	El programa planetGOLD colabora con las empresas mineras y las comunidades locales para introducir nuevas tecnologías y oportunidades de financiación que le ayudarán a modernizar sus prácticas mineras actuales y a mejorar su productividad. La exposición al mercurio tiene graves consecuencias para la salud de los mineros y las comunidades circundantes, que dependen del agua dulce y de un suelo limpio para prosperar. Al invertir en prácticas mineras más seguras y eficientes, obtendrá acceso a nuevos mercados libres de mercurio con mayores beneficios.	Descubra más sobre cómo puede beneficiarse.	Programas de radio, foros comunitarios, eventos y reuniones, televisión, historias de otros mineros.
<b>Participantes en la cadena de suministro</b>	Este grupo incluye a diversos actores (comerciantes de oro, comerciantes de mercurio, procesadores, etc.) que tendrán posiciones diferentes según su contexto. Comunicar los beneficios de la minería responsable	El programa planetGOLD colabora con mineros y comunidades locales para introducir nuevas tecnologías y oportunidades de financiación que contribuyan a que la minería del oro sea más segura y rentable.	Descubra cómo usted y los mineros con los que trabaja pueden beneficiarse.	Programas de radio, foros comunitarios, eventos y reuniones, televisión, historias de otros mineros.

	a estas partes interesadas es importante para lograr el cambio sistémico que el proyecto pretende alcanzar.			
<b>Ciudadanos preocupados, público en general</b>	Este grupo varía según el contexto nacional.	Cada minero tiene una historia. El programa planetGOLD colabora estrechamente con las comunidades mineras para mejorar su acceso a la financiación, la tecnología y los mercados internacionales, integrándolas en la economía formal, lo que eliminará el mercurio de la cadena de suministro, les proporcionará un mejor precio y aliviará la pobreza. Los mineros necesitan apoyo en este proceso. Tu apoyo a estas comunidades y a un oro más responsable ayudará a transformar las vidas de miles de personas en este país.	<p>Póngase en contacto con su gobierno local y comparta estas historias con ellos y en las redes sociales.</p> <p>Busca productos de oro sin mercurio de tu país.</p>	Medios de comunicación nacionales, campañas a nivel nacional, sitio web, reportajes en vídeo, colaboraciones con marcas.
<b>Medios de comunicación nacionales</b>	Este grupo está compuesto actualmente en gran parte por «desafiadores». Los periodistas profesionales que trabajan para medios independientes se mostrarán escépticos ante las «historias de éxito» y las noticias de impacto. Sería importante reconocer los retos y ayudarles a informar sobre las posibles soluciones y cómo el sector está llevando a cabo la transición con la ayuda de planetGOLD.	La minería de oro artesanal y de pequeña escala es un medio de vida fundamental para algunas de las personas más vulnerables de este país, que tienen pocas o ninguna alternativa. Aunque el sector se asocia con problemas importantes, al destacar soluciones prometedoras a los retos medioambientales y sociales de la MAPE, puede animar a sus conciudadanos, a los inversores y al gobierno a apoyar a los mineros artesanales y de pequeña escala, ayudando a inspirar una transición hacia prácticas de extracción de oro responsables desde el punto de vista medioambiental y social que sean buenas para las personas y el planeta.	<p>Suscríbase a nuestra lista de medios de comunicación global para obtener más información y recibir noticias y actualizaciones exclusivas para los miembros de los medios de comunicación.</p> <p>Conecta directamente con nuestros expertos que trabajan en soluciones para el sector de la MAPE a nivel local.</p> <p>Conoce algunas de las comunidades mineras con las que trabajamos y que están llevando a cabo la transición.</p>	Propuestas de reportajes, entrevistas a expertos, eventos y conferencias locales, redes sociales nacionales, lista de correo de medios de comunicación, artículos de opinión, talleres de periodismo de soluciones en el país o la región, oportunidades de reportajes sobre el terreno/formación en medios de comunicación, ruedas de prensa, eventos de networking para medios de comunicación.

## 5. Estrategia de divulgación en los medios

Los medios de comunicación serán un canal importante para llegar e influir en casi todos los públicos identificados en esta estrategia. Se colaborará de manera proactiva con los medios tanto a nivel nacional como internacional, prestando especial atención a aquellos que influyen en los públicos clave, en particular en el sector financiero. También se colaborará con los medios de comunicación de varias maneras, a saber: 1) se identificarán historias de interés periodístico y se propondrán a los medios de comunicación seleccionados; 2) se ofrecerán entrevistas con expertos, o se publicarán artículos de opinión o blogs escritos por representantes del sector financiero u otros socios; y 3) se invitará a los periodistas a profundizar su comprensión del sector de la MAPE y se les animará a analizar las soluciones a través de un taller especial organizado por planetGOLD. Si bien se realizó un mapeo inicial de los medios de comunicación, se necesitará más trabajo, especialmente a nivel nacional, para identificar los medios, publicaciones, programas de radio y televisión y reporteros con los que colaborar, a fin de cambiar el discurso a nivel nacional y entre el sector financiero y la industria mundial del oro.

### Entrevistas a expertos, artículos de opinión y blogs

Uno de los puntos fuertes clave del programa es su alto nivel de especialización en la MAPE, junto con los materiales de conocimiento únicos que produce. Al mismo tiempo, el programa establece continuamente alianzas con personas y organizaciones del sector financiero y de la industria mundial del oro. Esto brinda al programa la oportunidad de desarrollar y presentar regularmente editoriales con opiniones perspicaces, entrevistas a expertos o blogs a un número cada vez mayor de medios de comunicación ávidos de contenido (en particular los medios en línea y los podcasts) que prestan servicio a las audiencias específicas a las que el programa busca llegar. Lo ideal sería que el programa desarrollara entre tres y cuatro de estos contenidos al año. Los eventos clave en los que planetGOLD pretende participar podrían proporcionar ganchos de interés periodístico en los que basar las propuestas del programa.

### Promover el enfoque del periodismo de soluciones en la colaboración con los medios de comunicación

Los medios de comunicación nacionales e internacionales desempeñan un papel fundamental a la hora de poner de relieve los problemas causados por el uso del mercurio en la minería artesanal del oro. A pesar de los grandes esfuerzos realizados en las últimas décadas para erradicar el uso del mercurio, la minería artesanal del oro sigue siendo la mayor fuente de emisiones antropogénicas de mercurio. Gracias a la concienciación generada por los medios de comunicación y las organizaciones de la sociedad civil, el uso generalizado del mercurio en la MAPE y sus efectos adversos para la salud humana y el medio ambiente, así como las cuestiones de derechos humanos asociadas al MAPE, son bien conocidos. Sin embargo, aunque la urgencia de «hacer que el mercurio pase a la historia» es cada vez más evidente, el porqué y el cómo de hacerlo no son tan conocidos.

Para cambiar el discurso sobre la MAPE, es necesario empoderar y dotar a los periodistas de las herramientas necesarias para que puedan abordar el tema a un nivel más profundo. Es preciso reconocer y analizar en profundidad las realidades económicas subyacentes vinculadas al uso del mercurio. Al mismo tiempo, deben examinarse, evaluarse

críticamente y promoverse las soluciones y oportunidades que ayuden a los mineros artesanales a reducir el uso del mercurio en las operaciones de extracción de oro.

### **Taller con periodistas de primer nivel**

En colaboración con un consultor independiente especializado en formación en medios de comunicación, planetGOLD se propondrá facilitar experiencias de aprendizaje compartido entre un grupo de entre seis y diez periodistas nacionales e internacionales de primer nivel, seleccionados para asistir a un taller de periodismo de soluciones titulado «Make Mercury History». El periodismo de soluciones desplaza el foco de los problemas hacia la cobertura de las respuestas a dichos problemas. Se trata de explorar soluciones y buscar pruebas de por qué las respuestas funcionan, y también de por qué no funcionan.

Los periodistas seleccionados, procedentes de publicaciones de primer nivel, tendrán la oportunidad de debatir sobre ética y poner a prueba supuestos preconcebidos relacionados con la minería artesanal del oro y el uso del mercurio. Se apoyará a los periodistas para que desarrollen conocimientos específicos, aumenten su familiaridad y alcancen una comprensión más matizada de cuestiones clave de sostenibilidad y desarrollo relacionadas con la MAPE. El recorrido de los periodistas continuará sobre el terreno, donde tendrán la oportunidad de interactuar con mineros y comunidades locales que están dejando de utilizar el mercurio.

Inmersos en una comunidad minera, los periodistas seleccionados tendrán la oportunidad de interactuar con las partes interesadas locales, participar en talleres técnicos sobre sostenibilidad y en diálogos, reunirse con líderes del gobierno local y de las comunidades indígenas, y compartir habilidades y conocimientos con sus compañeros. Para completar con éxito la formación, cada periodista debe desarrollar y publicar al menos un reportaje. Estos talleres de formación pueden contar con la participación de periodistas internacionales patrocinados de diversas regiones, que acudirán a asistir al taller en persona en un país de planetGOLD, o bien el taller podría llevarse a cabo con periodistas de una región específica, de forma remota u organizada en un formato híbrido. Para obtener una visión general de un taller que el proyecto global planetGOLD organizó en 2024 en Filipinas para periodistas internacionales, consulte este [kit de herramientas](#) (Inglés) posterior al taller «Going Beyond the Headlines» (Más allá de los titulares).

## **6. Estrategia en línea**

Una presencia en línea dinámica y atractiva será fundamental para el éxito del trabajo de comunicación de planetGOLD durante los próximos cinco años. En el centro de la estrategia en línea se encuentra un sitio web dinámico que ofrece contenidos dirigidos a la amplia gama de públicos del programa. También incluye una estrategia de redes sociales. Esta está diseñada para concentrar los limitados recursos humanos y financieros en el desarrollo de una plataforma planetGOLD atractiva, al tiempo que se difunden sistemáticamente «conjuntos de contenidos listos para usar» a través de las variadas y consolidadas plataformas gestionadas por los socios, y se desarrollan y difunden historias temáticas dos veces al año utilizando una cuenta de Exposure. Por último, la estrategia en línea también incluye un componente de divulgación por correo electrónico, destinado principalmente a apoyar la comunicación interna, pero también a mantener el compromiso

de las partes interesadas y los socios del programa, así como a informarles de los últimos recursos disponibles, las actividades y otras novedades de todo el programa.

## Sitio web

El sitio web de planetGOLD, [www.planetgold.org](http://www.planetgold.org), es el centro único y principal de información relacionada con el programa. Contiene información y productos de conocimiento sobre los componentes clave del programa, incluyendo soluciones técnicas, formalización, sensibilización, acceso a la financiación y acceso a los mercados formales. El contenido detallado para el sector financiero incluye información sobre el caso de negocio relacionado con la MAPE.

El sitio web también alberga todo el contenido y los productos publicados por los proyectos nacionales de planetGOLD. Cada proyecto nacional contará con una página web dedicada a su país para compartir información sobre el proyecto, así como noticias de última hora, anuncios, recursos y publicaciones, [materiales de sensibilización](#), eventos y mucho más. Se puede acceder a las páginas de los países a través de un mapa interactivo en la página de inicio del sitio web y desde la página «Países».

Cada proyecto secundario debe designar a una persona de contacto para el sitio web que se encargue de subir, editar y gestionar el contenido en línea en planetgold.org. Se debe comunicar quién es esta persona al director de comunicaciones globales, quien compartirá recursos tutoriales de edición web y asistencia para la resolución de problemas según sea necesario. Es importante destacar una vez más que el sitio web del programa [www.planetgold.org](http://www.planetgold.org) es la principal plataforma de publicación de todos los materiales y noticias del proyecto; no está permitido utilizar los fondos del proyecto para la creación de otro sitio web del proyecto. Cualquier solicitud de funciones adicionales u opciones de publicación en el sitio web del programa es bienvenida y puede comunicarse al responsable de comunicaciones globales.

## Producción y distribución de contenidos audiovisuales

Mantener un flujo regular y coherente de contenidos para involucrar a las audiencias clave y acompañarlas en el proceso a medida que los países ponen a prueba soluciones en el sector de la MAPE es fundamental para la solidez de esta estrategia. A medida que el programa se desarrolle, también lo hará la historia. Esta historia comienza con la presentación de la «oportunidad» de la MAPE sin mercurio; el recorrido continúa mostrando los esfuerzos que se están realizando sobre el terreno desde la perspectiva de los mineros, los inversores y el medio ambiente. A medida que los consumidores y las marcas tomen mayor conciencia de la oportunidad de apoyar la MAPE responsable, el contenido se centrará en la necesidad de apoyar a los mineros en la transición hacia una minería sin mercurio.

El contenido temático recopilado de todos los proyectos nacionales del programa se utilizará para producir vídeos y contenidos interactivos muy atractivos que se distribuirán en línea y a través de eventos. Este contenido de los proyectos locales pondrá de relieve las oportunidades que existen en cada país para promover una minería más responsable y libre de mercurio, presentando historias sobre el trabajo que está llevando a cabo el proyecto y, lo que es más importante, perfiles que permitan al público conocer a los mineros y seguir su historia a través de capítulos en vídeo. Un medio principal para difundir estas historias y reportajes es la serie de vídeos por episodios [«Dispatches from the Field»](#) (Crónicas desde el terreno) de planetGOLD. Esta serie ha resultado eficaz para atraer a

una amplia audiencia, dirigir tráfico hacia el sitio web del programa y aumentar el interés y la visibilidad del mismo. El contenido audiovisual aportado por todos los proyectos nacionales también se utiliza de forma continua para eventos de alto nivel, días internacionales de celebración y otros fines.

## Redes sociales

En los últimos años, la mentalidad convencional en torno a la participación en las redes sociales ha pasado de «estar en tantas plataformas como sea posible» a «estar donde sea necesario». Esto se debe a que desarrollar y mantener plataformas de redes sociales que resulten atractivas requiere mucho tiempo. Esta estrategia reconoce que cada proyecto nacional desarrollará su propio enfoque de redes sociales como parte de su plan de comunicación a nivel nacional, teniendo en cuenta qué es lo más eficaz para llegar a los grupos de público clave del proyecto. En algunos casos, esto puede implicar la creación de nuevas páginas o cuentas en redes sociales para el proyecto nacional de planetGOLD. En muchos casos, el proyecto derivado puede determinar que resulta eficaz publicar entradas sobre planetGOLD en cuentas ya establecidas por los organismos ejecutores y socios del proyecto, aprovechando sus canales de redes sociales bien consolidados y variados para llegar a un público más amplio.

Independientemente del enfoque adoptado por el proyecto derivado, es imprescindible revisar las orientaciones sobre redes sociales establecidas en el [Guía práctica para comunicaciones](#) del programa planetGOLD en lo que respecta a la imagen de marca de las páginas de redes sociales de nueva creación o a las directrices sobre la publicación en las cuentas de los organismos ejecutores.

A nivel mundial, el programa cuenta con perfiles en [LinkedIn](#), [Facebook](#), [X](#) (antes Twitter) y [Bluesky](#). El programa también cuenta con un [canal de YouTube](#) activo y específico, que se ha convertido en una de las plataformas de redes sociales más grandes del mundo. Se anima encarecidamente a los proyectos locales a que etiqueten las cuentas globales de planetGOLD cada vez que compartan novedades, y a que compartan regularmente con el director de comunicaciones globales contenidos como textos de muestra, imágenes y enlaces para su publicación directa desde las cuentas globales de planetGOLD.

Además, el programa cuenta con una cuenta de pago en *Canva* a disposición de los especialistas en comunicación de los proyectos para crear contenido gráfico destinado a las redes sociales. La cuenta viene precargada con los colores, las fuentes y los logotipos de la marca planetGOLD, así como con plantillas que el personal de las oficinas nacionales puede utilizar iniciando sesión en la cuenta e insertando su propio texto y fotos. A continuación, pueden compartir estos contenidos en las cuentas de redes sociales de sus proyectos y/o en las cuentas de redes sociales de los organismos ejecutores.

### **Aprovechamiento de los canales de redes sociales bien establecidos de los socios**

Además de los canales de redes sociales gestionados directamente por el proyecto global planetGOLD, esta estrategia también recomienda distribuir contenidos listos para usar a las oficinas de comunicación de las principales organizaciones asociadas, entre ellas el GEF, el PNUMA, la Secretaría del Convenio de Minamata sobre el Mercurio y otros organismos de ejecución, según corresponda. El programa planetGOLD tiene la oportunidad de llegar a una amplia audiencia maximizando su visibilidad en las plataformas de redes sociales ya consolidadas y de gran alcance de estas organizaciones asociadas. En momentos clave a lo largo del año, se prepararán «conjuntos de contenidos listos para

usar» y se ofrecerán a los socios a través de una plataforma de intercambio interna como Trello. Se animará a los socios a publicar los contenidos.

### **Correo electrónico**

Las partes interesadas del programa y el creciente número de socios se mantienen al día y participan en las actividades y el impacto de planetGOLD a través de comunicaciones periódicas por correo electrónico. Esto incluirá un boletín electrónico trimestral con los principales anuncios y novedades del programa, al menos un aspecto destacado de cada proyecto nacional (basándose en lo que el proyecto haya publicado durante el trimestre en el sitio web, YouTube o las redes sociales), recursos nuevos o destacados disponibles en el repositorio de conocimientos en línea, y los últimos eventos u otras actualizaciones. También se enviarán correos masivos para anuncios importantes, como el lanzamiento de un producto de conocimiento relevante o una nueva colaboración.

Se utiliza una cuenta de MailChimp para gestionar la difusión por correo electrónico a una base de datos de contactos en constante crecimiento a nivel del programa global. Se anima a las partes interesadas y a los socios a que se registren para recibir actualizaciones a través del sitio web, en eventos y en las redes sociales. Se anima a los equipos nacionales de los proyectos infantiles a que contribuyan y compartan las actualizaciones por correo electrónico a través de sus redes, así como a que elaboren sus propios mensajes de correo electrónico si se considera que son eficaces para llegar a sus públicos clave.

## **7. Estrategia de eventos**

Los eventos internacionales pueden constituir una plataforma estratégica para que planetGOLD genere nuevas colaboraciones y obtenga visibilidad con el fin de impulsar la misión del programa. La comunicación y los materiales promocionales de los eventos desempeñan un papel fundamental a la hora de garantizar que los mensajes clave se transmitan de forma coherente. Los eventos internacionales suelen brindar la oportunidad de realizar un anuncio de interés periodístico o generar contenido editorial que puede difundirse a través de los canales digitales y la red de socios de planetGOLD. También son oportunidades para la divulgación y la educación, y para mostrar el liderazgo intelectual del personal del programa planetGOLD, incluso a través de los eventos del Foro Global sobre la MAPE, el evento insignia del programa que se organiza dos veces al año.

Además, el equipo de comunicación prestará apoyo a un máximo de tres eventos estratégicos al año mediante la elaboración de contenido editorial y el apoyo a las oportunidades de publicidad. Es importante que el programa asista a una variedad de eventos en los que estén presentes inversores clave y partes interesadas de la minería y la industria.

### **Eventos nacionales**

Se anima a los proyectos nacionales a participar en eventos nacionales y regionales relacionados con los temas estratégicos de política global y sostenibilidad; inversión; e industria. También se anima a los proyectos a considerar la inclusión de múltiples grupos de público en las actividades de divulgación y eventos, como miembros tanto del sector

financiero como de las comunidades mineras, para ayudar a facilitar un entendimiento común de las necesidades e intereses de cada grupo. Se pedirá a los responsables de comunicación nacionales que preparen material de comunicación y contenido editorial relevante para eventos nacionales clave que pueda adaptarse a audiencias globales.

## 7. Disposiciones de gestión

Como organismo ejecutor principal del proyecto global planetGOLD, el Consejo para la Defensa de los Recursos Naturales (NRDC) es responsable de la implementación de esta estrategia de comunicación, junto con el equipo más amplio de gestión del conocimiento y comunicación del Proyecto Global y con el apoyo en la producción de socios de comunicación contratados. Bajo la supervisión general del responsable del NRDC en planetGOLD, la responsabilidad diaria de la gestión de esta estrategia recae en el director de comunicación del Proyecto Global planetGOLD. En la tabla siguiente se detallan otras funciones y responsabilidades.

Tabla 2: Resumen de las disposiciones de gestión

Organización/personas	Responsabilidad
FMAM	Como miembro del Comité Directivo del Programa, proporcionar orientación estratégica general al programa
PNUMA	Proporcionar orientación estratégica general, aprobación de alto nivel y comentarios oportunos según sea necesario. Mantener el sitio web de planetGOLD, la lista de correo y los canales de redes sociales
NRDC	Gestionar al contratista de comunicación Prestar apoyo para promover los contenidos y otras actividades en el marco de la estrategia, especialmente en lo que respecta a la divulgación en los medios de comunicación
CI	Liderar la creación de materiales sobre enfoques jurisdiccionales y paisajísticos en materia de formalización. Facilitar el respaldo y la participación de portavoces en apoyo del proyecto Prestar apoyo para promover los contenidos y otras actividades en el marco de la estrategia, especialmente en lo que respecta a la divulgación en los medios de comunicación
ONUDI	Organizar los foros mundiales bianuales Organizar talleres Organizar la Reunión Anual del Programa Prestar apoyo para promover los contenidos y otras actividades en el marco de la estrategia, especialmente en lo que respecta a la divulgación en los medios de comunicación
Responsable de comunicaciones globales	Supervisa las comunicaciones globales Proporciona orientación estratégica general en materia de comunicación a los proyectos nacionales a través del marco de comunicación

	<p>Ayuda a los responsables de comunicación de los proyectos nacionales a difundir sus productos y resultados a través de los canales globales</p>
<p>Responsables de comunicación de los países</p>	<p>Desarrollan y gestionan estrategias y campañas de comunicación a nivel nacional  Adaptan los mensajes y contenidos globales para su uso nacional y los difunden ampliamente  Aportan ideas para los temas semestrales con el fin de ayudar a desarrollar contenidos y generar ideas para reportajes  Coordinarse con el equipo de comunicaciones de proyectos globales en el desarrollo de productos de comunicación innovadores (proyectos de vídeo, etc.)  Compartir fotos, vídeos y otros productos de comunicación de forma continua y oportuna con el responsable de comunicaciones del proyecto global para su promoción y difusión a nivel mundial  Contribuir de forma continua al sitio web de planetGOLD con nuevos recursos y otros contenidos, incluyendo como mínimo una entrada de blog al año  Publicar o, como mínimo, contribuir a al menos un reportaje fotográfico de Exposure al año  Participar en la red de responsables de comunicación, compartir ideas, experiencias y lecciones aprendidas a través de todos los canales disponibles</p>
<p>Partes interesadas del programa: miembros del Grupo Asesor del Programa (PAG) y miembros de la Alianza Mundial sobre el Mercurio del PNUMA</p>	<p>Promover el contenido «listo para usar» en redes sociales desarrollado y proporcionado por planetGOLD a través de sus redes.</p>

## 8. Seguimiento y evaluación

El proyecto supervisará la comunicación como parte de sus actividades de seguimiento y evaluación utilizando los indicadores de la tabla que figura a continuación.

Tabla 3: Seguimiento de las comunicaciones

Parámetro propuesto	Responsabilidad de presentación de informes
Número de artículos y otros productos de comunicación con contenido editorial original publicados en los principales medios de comunicación, en la plataforma planetGOLD y compartidos en las cuentas de redes sociales asociadas al proyecto, que destaquen el éxito en la eliminación del mercurio y la gobernanza en la MAPE, con el apoyo del componente global	Responsable de Comunicaciones Globales
Número de reuniones trimestrales de la red de comunicación de planetGOLD celebradas para compartir enfoques e información relevantes con otros proyectos nacionales e informar al proyecto global sobre las actividades de comunicación, las estrategias y las pistas para artículos del proyecto	Gerente de Comunicaciones Globales
Número de materiales de comunicación y medios globales producidos	Responsable de Comunicaciones Globales
Ampliación y difusión de los documentos de estrategia global de medios y comunicación	Responsable de Comunicaciones Globales
Número de materiales de comunicación y medios globales producidos que siguen la marca, la guía de estilo y la guía de mensajes de planetGOLD	Responsable de Comunicaciones Globales
Número de casos de éxito de la MAPE difundidos	Responsable de Comunicaciones Globales
Número de boletines informativos del programa y anuncios por correo electrónico enviados a la lista de distribución de planetGOLD	Responsable de Comunicaciones Globales
Porcentaje de encuestados de planetGOLD que afirman tener una mayor comprensión del sector de la MAPE (Objetivo: > 95 %)	Responsable de Comunicaciones Globales
Número medio de usuarios únicos mensuales del sitio web de planetGOLD	Responsable del sitio web de planetGOLD
Número de blogs, artículos de noticias, eventos, reportajes fotográficos, vídeos y recursos publicados en planetgold.org o en otras plataformas de comunicación digital de planetGOLD	Responsable del sitio web de planetGOLD
Porcentaje de proyectos nacionales que comparten recursos con el programa global al menos una vez al mes, según corresponda (archivos de fotos, archivos de vídeo, gráficos, documentos relevantes)	Responsable del sitio web de planetGOLD
La plataforma en línea de planetGOLD se utiliza, mantiene y actualiza con toda la información disponible para todos los países del programa y otras partes interesadas (incluidas noticias, eventos, entradas de blog, recursos y páginas temáticas seleccionadas), de forma que sea plenamente funcional y se adapte a las demandas y especificaciones de los usuarios	Responsable del sitio web de planetGOLD

## 9. Presencia digital y en los medios de planetGOLD

Tabla 4: Resumen de la estrategia de presencia digital y en los medios

Área de interés en materia de comunicación	Presencia digital y en los medios
<b>Objetivo(s)/Resultados</b>	<p>Mejorar la comprensión del sector de la MAPE por parte de los gobiernos, el sector privado, las comunidades mineras y el público en general</p> <p>Un mayor número de partes interesadas de los gobiernos, el sector privado, las comunidades mineras y el público acceda a los productos de conocimiento y materiales de comunicación sobre la MAPE disponibles en línea</p>
<b>Actividad</b>	<p>Mantener y ampliar la presencia digital del proyecto a través del sitio web de planetGOLD, los canales de redes sociales y campañas de comunicación atractivas</p>
<b>Qué</b>	<p>Campañas integradas de medios y comunicación: Se mantendrán y ampliarán las estrategias y productos actuales de medios y comunicación a nivel mundial dirigidos a los gobiernos, las comunidades mineras, el sector privado y el público. Se contará con la participación de personalidades y marcas de alto perfil para respaldar las comunicaciones sobre el éxito del proyecto.</p> <p>Sitio web: Mantener y actualizar el sitio web de planetGOLD con toda la información disponible (incluidas noticias, eventos, entradas de blog, recursos, páginas de países y páginas temáticas seleccionadas). El sitio web será totalmente funcional y se adaptará a las demandas y especificaciones de los usuarios</p> <p>Material promocional básico: Se elaborará material promocional atractivo con la marca planetGOLD.</p> <p>Redes sociales: Mantener y seguir desarrollando los canales de redes sociales existentes de planetGOLD.</p> <p>Lista de correo: Mantener y seguir desarrollando la lista de correo existente de planetGOLD como canal de distribución clave.</p> <p>Las iniciativas de comunicación de todos los proyectos nacionales contarán con el apoyo y el refuerzo de este componente del proyecto.</p> <p>Se celebrarán eventos en línea para compartir historias de éxito entre las partes interesadas de la MAPE.</p>
<b>Quién</b>	<p>El equipo de comunicación colaborará con agencias creativas, las agencias ejecutoras y los responsables de los proyectos para desarrollar material promocional básico.</p> <p>El PNUMA seguirá manteniendo y desarrollando el sitio web de planetGOLD.</p>
<b>Cuándo</b>	<p>El NRDC elaborará un calendario de comunicaciones, con aportaciones del PNUMA, en colaboración con los responsables de comunicación de los países durante las primeras fases del proyecto. El calendario se actualizará periódicamente en respuesta a la actualidad mundial de la MAPE.</p>
<b>Dónde (publicación)</b>	<p>Los productos de conocimiento técnicos y no técnicos se publicarán en el sitio web de planetGOLD, al igual que las últimas noticias, los blogs, la información sobre eventos relevantes, etc.</p> <p>El material promocional principal se distribuirá a través de los canales de redes sociales de planetGOLD, la lista de correo de planetGOLD y los canales de los socios.</p> <p>Se propondrán y publicarán reportajes, artículos de opinión y blogs en medios de comunicación convencionales de todo el mundo.</p>

**Cómo**

El equipo de comunicación del proyecto colaborará con los proyectos nacionales para recopilar material con el fin de desarrollar el material promocional principal.

El equipo de comunicación se encargará de ampliar el alcance y la distribución de las iniciativas de comunicación del proyecto.

El responsable de comunicación del proyecto se asegurará de que las comunicaciones de planetGOLD tengan una estructura, un diseño y unos elementos de marca coherentes.