



planet**GOLD**

Making a world of difference
in small-scale gold mining.

A GEF Initiative



Proyectos de la fase 1

 Burkina Faso

 Colombia

 Guyana

 Indonesia

 Kenia

 Mongolia

 Perú

 Filipinas



Proyectos de fase 2

 Bolivia

 Ecuador

 Honduras

 Nicaragua

 Surinam

 Congo

 Ghana

 Madagascar

 Nigeria

 Uganda

 Costa de Marfil

 Guinea

 Malí

 Sierra Leona

 Zambia

 Zimbabue

Proyectos en preparación

 Costa Rica

 Paraguay

 Senegal

Componentes del proyecto global

Gestión del conocimiento

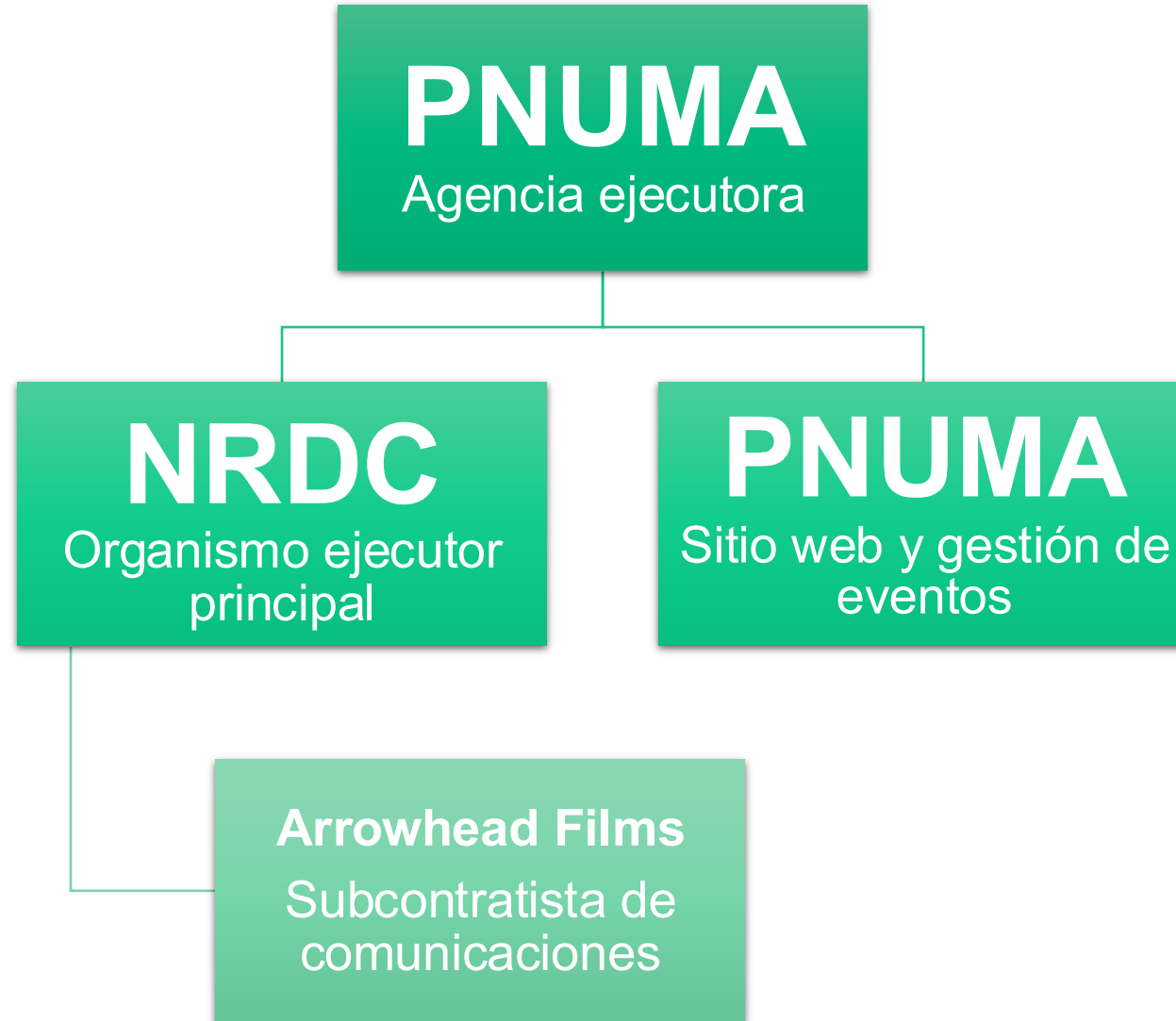
- ▶ Recopilar, almacenar y sintetizar conocimientos
- ▶ Cubrir las lagunas de conocimiento

Comunicaciones

- ▶ Compartir los éxitos del programa
- ▶ Mejorar la percepción pública de la MAPE

Coordinación de programas

- ▶ Alinear todos los proyectos con los objetivos principales
- ▶ Recopilar, analizar y difundir los resultados



Agencia ejecutora principal

NRDC



Susan Keane

Coordinadora del programa global



Jennifer Wilmore Scroggins

Gerente de Comunicaciones



Mona Avalos

Coordinadora de gestión del conocimiento



Marilyn Kunce

Coordinadora regional para América Latina / Coordinadora financiera



Assietou Gaye

Coordinadora regional para África francófona / Asistente de comunicación

Subcontratista de Comunicaciones



Patrick Fries

Director creativo



Max Anderson

Editor



Mita Hernández

Productora

Personas clave

Gestión del conocimiento del sitio web



Kenneth Davis

Oficial de programas,
Subdivisión de Productos Químicos y Salud



Małgorzata Stylo

Oficial adjunta del programa,
División de Productos Químicos y Salud



Enfoque estratégico de comunicación

Mejorar la percepción sobre la MAPE mediante:

- ▶ Reformular la cuestión en torno a los beneficios sociales, medioambientales y económicos de las mejoras en la MAPE
- ▶ Involucrar a los medios de comunicación para que cubran el sector desde un nuevo ángulo orientado a las soluciones

Objetivos:

1. Influir en la percepción positiva del público
2. Cambiar la percepción del sector financiero
3. Apoyar la difusión generalizada del conocimiento
4. Crear bases sólidas para la comunicación.



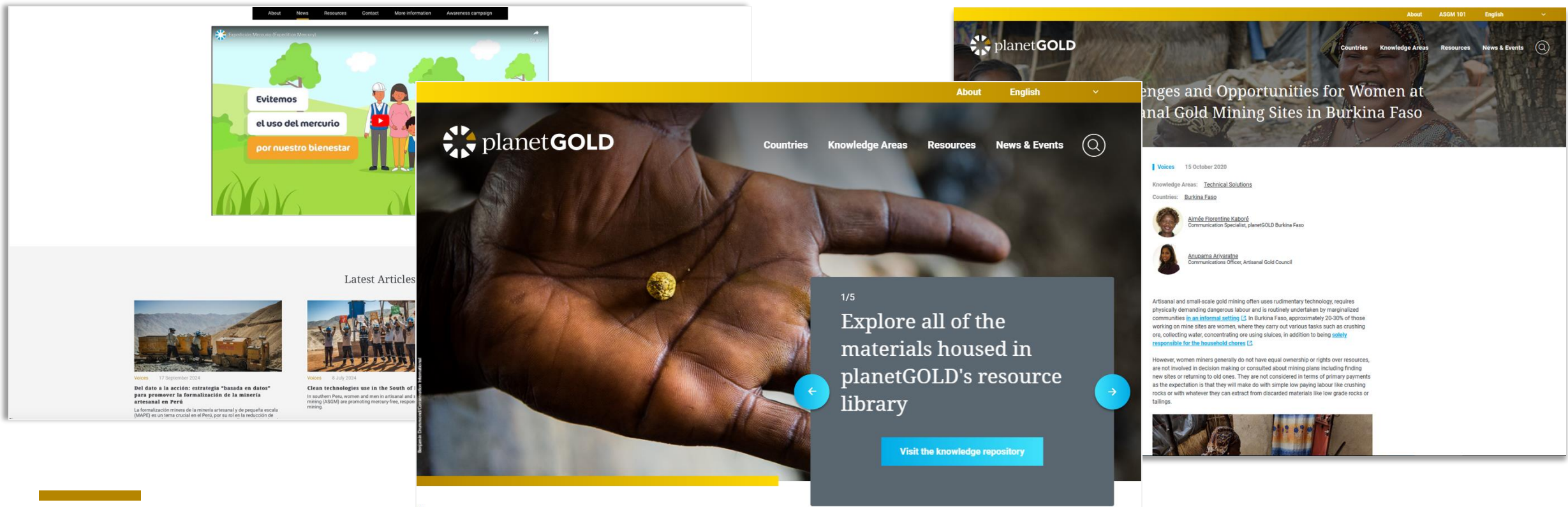
Estrategia de comunicación

Enmarcar la narrativa en torno al **potencial** de desarrollo de la MAPE

- En lugar de centrarse en los problemas del sector de la MAPE, comenzar la historia con las **oportunidades** que ofrece para seguir apoyando los medios de vida, contribuyendo al crecimiento económico y generando beneficios para los inversores.
 - Este enfoque permite al público ver inmediatamente el camino a seguir, lo que ayuda **a evitar reforzar las narrativas negativas** que estamos tratando de contrarrestar o crear involuntariamente un sentimiento más negativo hacia la MAPE.
-

Sitio web: planetgold.org

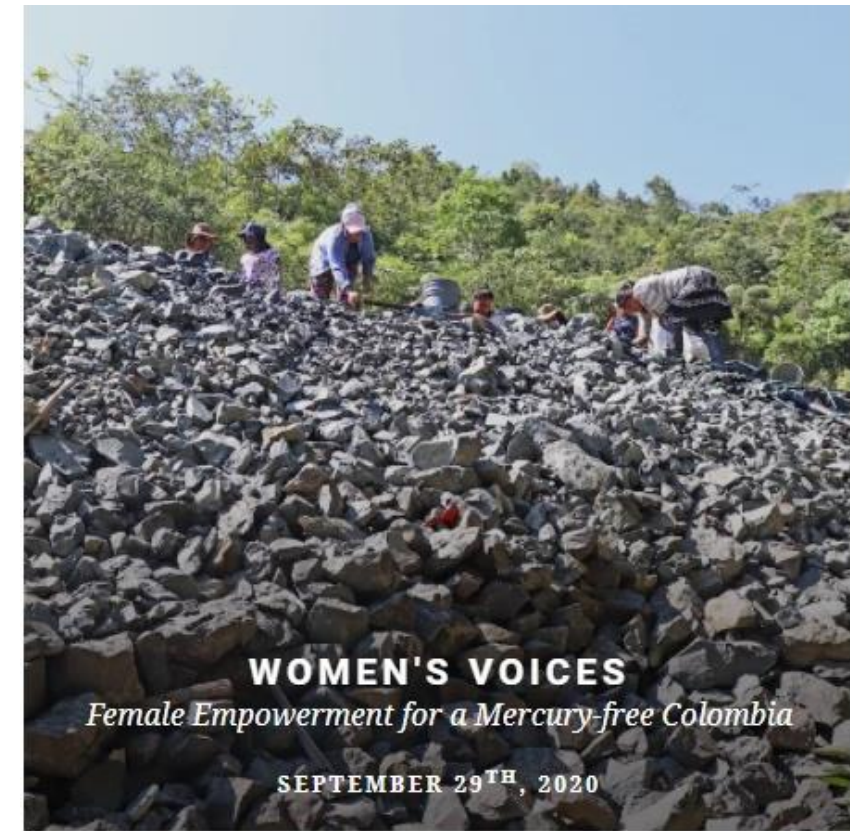
- Centro neurálgico para todas las publicaciones del proyecto, noticias, información sobre el proyecto, información sobre eventos
- Artículos del blog «Voces» (al menos uno al año de cada proyecto nacional).



The image is a collage of three screenshots from the planetGOLD website. The top-left screenshot shows a banner for 'Evitemos el uso del mercurio por nuestro bienestar' (Let's avoid mercury use for our well-being) with an illustration of a family. The top-right screenshot shows a news article titled 'Challenges and Opportunities for Women at Informal Gold Mining Sites in Burkina Faso' with a photo of a woman. The bottom screenshot is a large central image of a hand holding a gold nugget, overlaid with a dark grey box containing the text '1/5 Explore all of the materials housed in planetGOLD's resource library' and a blue button that says 'Visit the knowledge repository'.

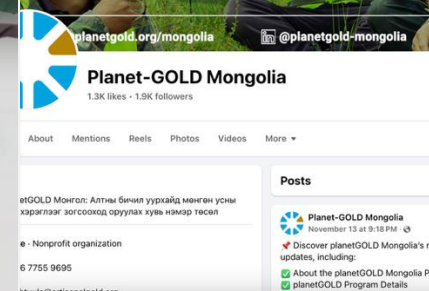
Plataforma de exposición: planetgold.exposure.co

- reportajes fotográficos desde el terreno



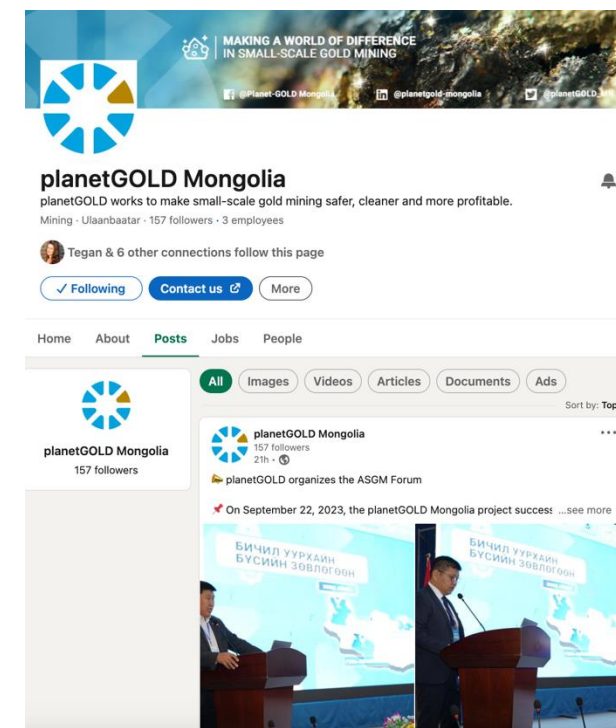
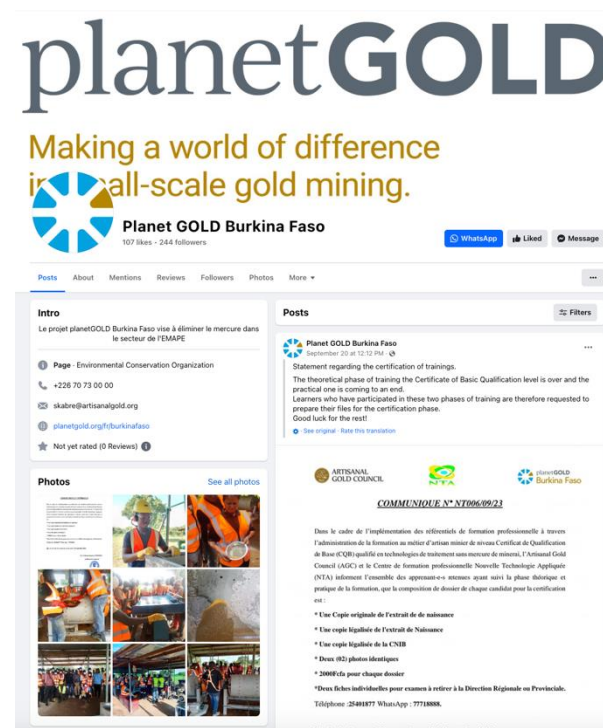
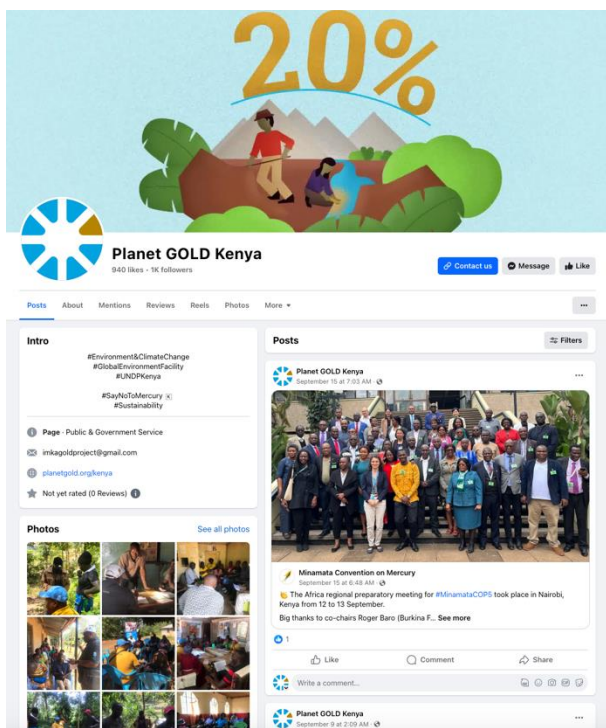
Redes sociales

- El proyecto global está presente en LinkedIn, Twitter, Facebook, Bluesky y YouTube
- Cada proyecto nacional determina la estrategia de difusión más eficaz.



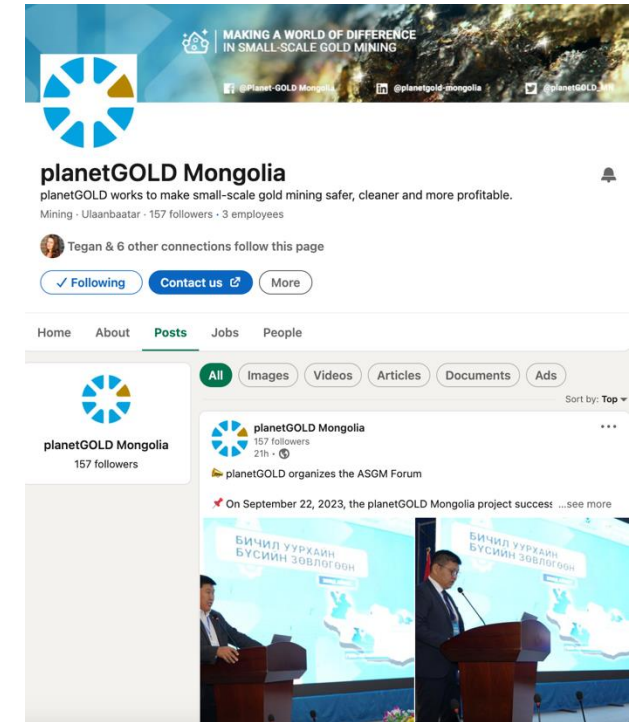
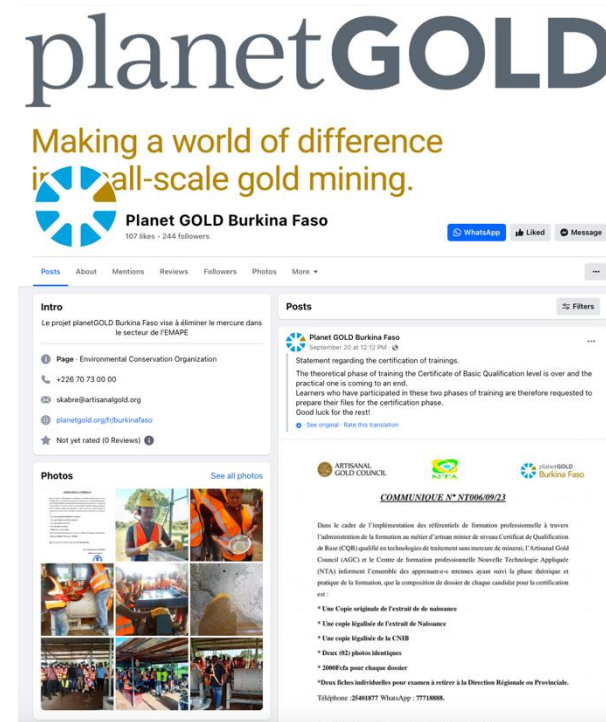
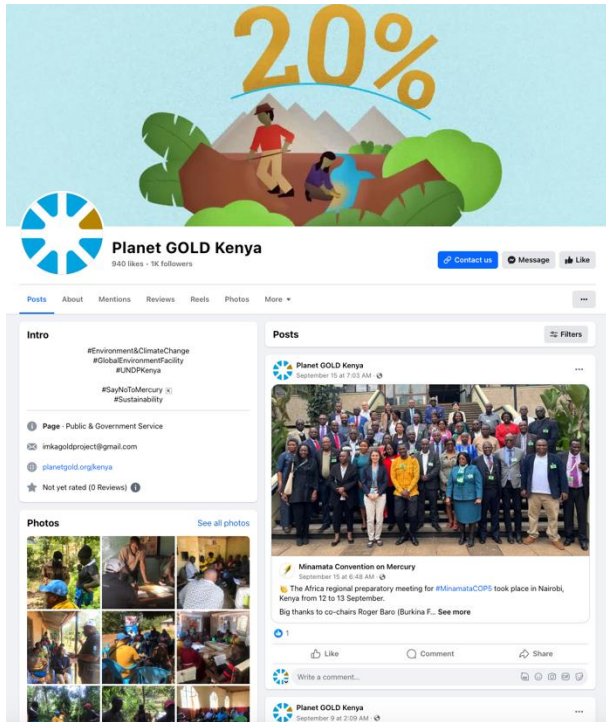
Cuentas del proyecto en redes sociales

- «planetGOLD [nombre del país]» debe ser el nombre de la cuenta o página.
- La marca circular del logotipo de planetGOLD debe utilizarse como imagen de perfil del proyecto del país
- Los nombres del FMAM y de los organismos de ejecución y los organismos ejecutores del proyecto deben figurar en la sección «Acerca de» o «Descripción» de la página



Cuentas de redes sociales del proyecto

- Las publicaciones en redes sociales deben etiquetar regularmente las cuentas de redes sociales del FMAM, planetGOLD, la Convención de Minamata, la agencia de implementación y la agencia ejecutora.
- Los responsables de comunicación del proyecto también pueden compartir contenido directamente con los gestores de redes sociales del proyecto a nivel mundial (Jennifer Wilmore Scroggins / Assietou Gaye).



Boletines informativos por correo electrónico

- Difusión trimestral + para anuncios importantes



How This Mine in the Philippines Has Gone Mercury Free



In the Philippine municipality of Paracale, over half of the population is involved in artisanal and small-scale gold mining, either as workers, financiers, processors, or gold panners. Many operations use the toxic chemical mercury to extract their gold and use outdated equipment – but one site is home to a brand new mercury-free

[View this email in your browser](#)



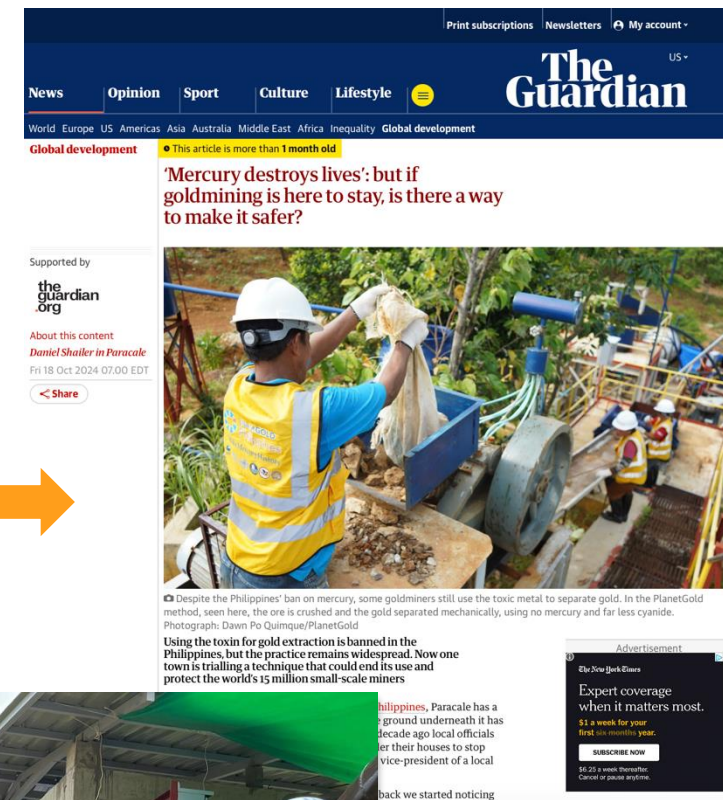
New Resource on Improving Access to Formal Finance in Artisanal & Small-scale Gold Mining

A new issue brief from the GEF-supported planetGOLD programme reviews past experiences with delivering financial and allied services to artisanal and small-scale gold mining (ASGM) and examines existing barriers to attracting formal finance and investment in the sector. The brief includes recommendations for governments, donors and other allies to help improve ASGM's access to formal finance in the future.



Estrategia de difusión en los medios

- ▶ **Presentación de** noticias de interés periodístico y entrevistas con expertos
- ▶ **Elaboración de** artículos de opinión o blogs invitados
- ▶ **Apoyo a los periodistas** para que incorporen soluciones en su cobertura de temas relacionados con la MAPE.





Cooperación en materia de comunicaciones

Herramientas básicas de comunicación para todo el programa

Marca


- ▶ Nombre, eslogan
- ▶ Identidad visual común, logotipos, colores, fuentes



Herramientas básicas de comunicación para todo el programa

Marca

- ▶ Nombre, eslogan
- ▶ Identidad visual común, logotipos, colores, fuentes
- ▶ Plantillas estándar para informes, hojas informativas, banners de eventos, diapositivas de presentación



FACT SHEET

planetGOLD
Making a world of difference in small-scale gold mining
A GEF Initiative

Title of two page fact sheet goes here

Intro text GOLD amet tate velit esse polest consat, duis dolor amet ipsum lorem. Et oditiae quas re, sam sande sum illignias assimus mol que placearist, quosam, idelict iumque cum apietur itibus res asinctus.

Body volento reptur? Quis rescia dolore as alibus volupta delenihic temquas venit, sint hilicia que reperro venditaquae se aut et etur? Aximolenihit fugitatibus quam, con

Ibea volorpo riasped eriti rem. Et oditiae quas re, sam sande que placearist, quosam, idelict iumque cum apietur itibus res asinctus.

- ▶ Met od quunt volento reptur? Quis rescia dolore as alibus volupta delenihic temquas venit.
- ▶ Quis rescia dolore as alibus volupta delenihic temquas venit, sint hilicia que reperro venditaquae se aut et etur?
- ▶ Ri odit et plabores et et re rerferibus a inissitatem ut id eatium ad quam sant.
- ▶ Mil illassunt audit voluptam, ipienih illorpos sant exceperum explabo rporrum nonsequi rerioriam qui quo quat.

As volende litati ommoloribus quatur sum int ex eliatquidem haruntent, temquam audicat autempe re volore cori vellest lamus, sam.

Ra acculpa riorerum reria dolupta pernatq uatur, quis in con provide leculpa qui id unto dolorpore que num fuga. Quidele ctatur sam qui rercchit labo. Iaeptas et et, sim endi custiust

Subhead amet tate velit esse polest consat, duis dolor amet ipsum lorem acculpa riorerum.

Body volento reptur? Quis rescia dolore as alibus volupta delenihic temquas venit.

- ▶ Body Bullet et aliqui cuptatet plam faccusapel molut facerumquo quis aut qui aliqae quibus et aspedi beatur
- ▶ Met od quunt volento reptur? Quis rescia dolore as alibus volupta delenihic temquas venit.
- ▶ Quis rescia dolore as alibus volupta delenihic temquas venit, sint hilicia que reperro?



TYPE OF DOCUMENT | TITLE OF DOCUMENT

1



Making a world of difference in small-scale gold mining.

planetgold.org

planetGOLD

Supported by: gef, UN environment programme, In partnership with: UNDP, CONSERVATION INTERNATIONAL

Herramientas básicas de comunicación para todo el programa

Marca

- ▶ Nombre, eslogan
- ▶ Identidad visual común, logotipos, colores, fuentes
- ▶ Plantillas estándar para informes, hojas informativas, banners de eventos, diapositivas de presentaciones
- ▶ Biblioteca de iconos gráficos

Iconography

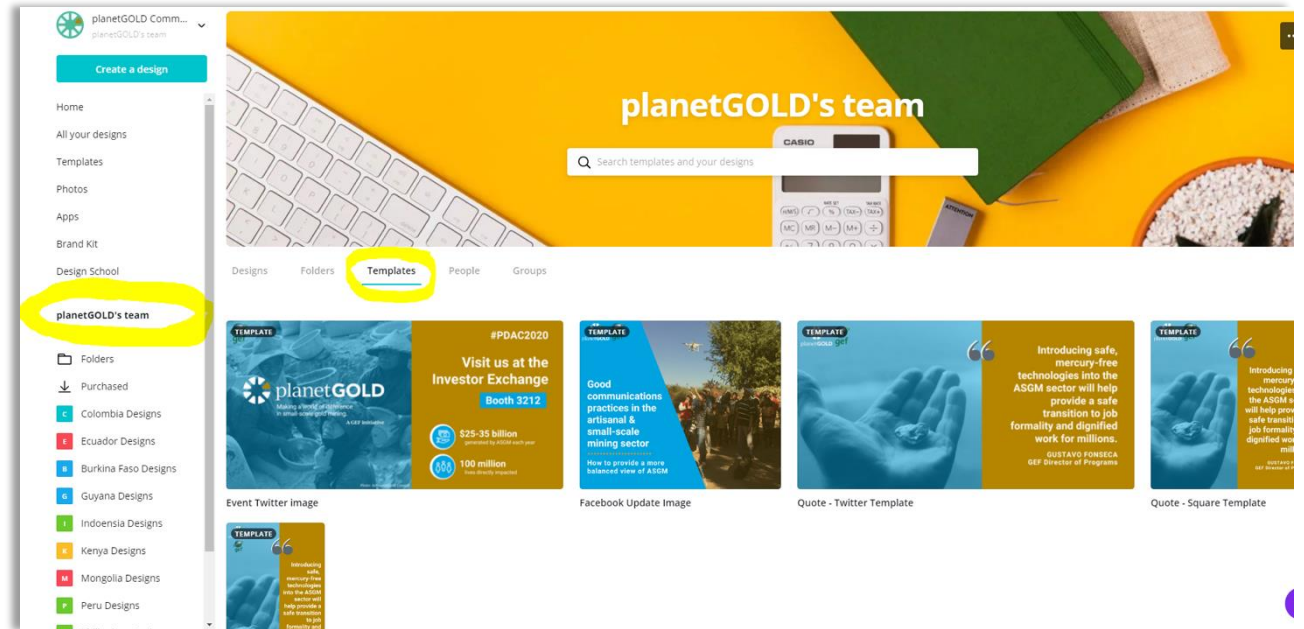
Shown is a library of icons developed to help communicate the focus and goals of the planetGOLD programme. These can be copied and pasted (or right-click to save) onto any PowerPoint slide, Word document, or other material.



Herramientas básicas de comunicación para todo el programa

Marca

- ▶ Nombre, eslogan
- ▶ Identidad visual común, logotipos, colores, fuentes
- ▶ Plantillas estándar para informes, hojas informativas, banners de eventos, diapositivas de presentaciones
- ▶ Biblioteca de iconos gráficos
- ▶ Plantillas y directrices para redes sociales



Herramientas básicas de comunicación para todo el programa

Marca

- ▶ Nombre, eslogan
- ▶ Identidad visual común, logotipos, colores, fuentes
- ▶ Plantillas estándar para informes, hojas informativas, banners de eventos, diapositivas de presentaciones
- ▶ Biblioteca de iconos gráficos
- ▶ Plantillas y directrices para redes sociales
- ▶ Mensajes clave y puntos de debate



Herramientas básicas de comunicación para todo el programa

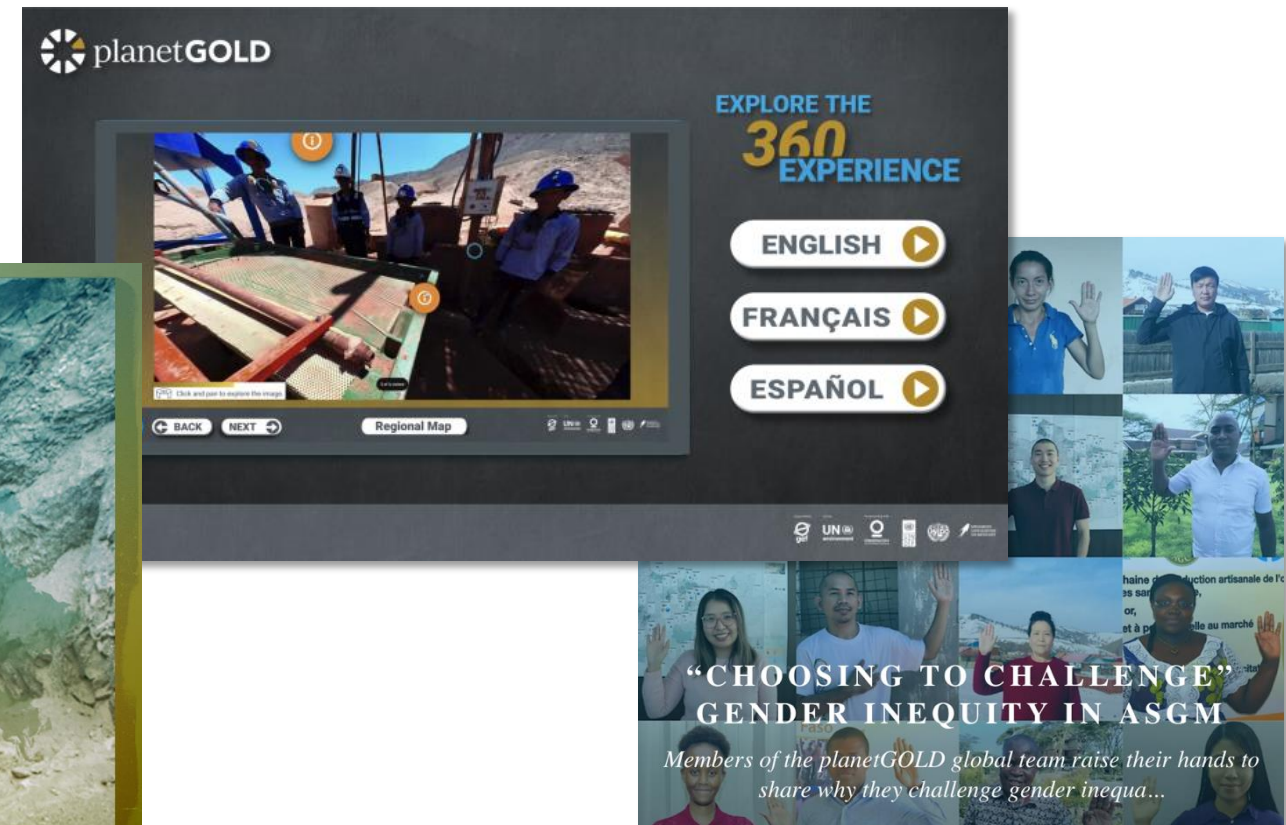
Marca

- ▶ Nombre, eslogan
 - ▶ Identidad visual común, logotipos, colores, fuentes
 - ▶ Plantillas estándar para informes, hojas informativas, banners de eventos, diapositivas de presentaciones
 - ▶ Biblioteca de iconos gráficos
 - ▶ Plantillas y directrices para redes sociales
 - ▶ Mensajes clave y puntos de debate
-



Contribución a los productos al nivel global

- Dar voz y visibilidad a los mineros
- Promoción de los avances de los proyectos nacionales



Colaboración a través de:

- ▶ Llamadas trimestrales en grupo
- ▶ Proyecto Basecamp en línea
- ▶ Google Drive compartido
- ▶ Formaciones ocasionales
- ▶ Grupo de WhatsApp
- ▶ Intercambios individuales
- ▶ Reuniones presenciales



Resumen de alto nivel

Colaboración en materia de comunicación

Actividades de los proyectos nacionales

Desarrollar una estrategia de comunicación para el proyecto en consonancia con la estrategia de comunicación global.

Utilizar el logotipo y los activos de marca de planetGOLD en todos los materiales de comunicación.

Cumplir con la guía de estilo y la guía de mensajes de planetGOLD en la producción de materiales externos, adaptando los mensajes globales al contexto nacional.

Compartir archivos de fotos, vídeos, gráficos y otros recursos visuales de manera oportuna con el proyecto global a través de un Google Drive compartido.

Los especialistas en comunicación de los proyectos nacionales participan en la red de comunicación del programa, lo que incluye llamadas periódicas, y notifican al proyecto global las actividades importantes relacionadas con la comunicación o las noticias destacadas a nivel nacional.

El especialista en comunicaciones asiste al Foro Global y a la reunión paralela de comunicaciones de la Reunión Anual del Programa

Publicar al menos un artículo original al año en el blog planetgold.org y contribuir con otros artículos de noticias, eventos, ensayos, fotografías, vídeos, etc.



Actividades del proyecto global

Difundir la estrategia de comunicación del programa global, incluidas las recomendaciones sobre el enfoque y los mensajes.

Difundir el conjunto de logotipos y activos de marca de planetGOLD para los países (plantillas para hojas informativas, diapositivas de presentación, etc.)

Difundir la guía de estilo y la guía de mensajes a todos los proyectos secundarios

Crear productos de comunicación para promover la MAPE responsable a nivel internacional y las historias de éxito o las lecciones aprendidas en los proyectos nacionales

Facilitar la red de comunicación de todo el programa, las herramientas de colaboración y los planes para las actividades de comunicación entre programas

Organizar y facilitar la reunión paralela de la red de comunicación de planetGOLD para la APM, incluyendo el apoyo a los viajes de los responsables de comunicación de los países.

Mantener el calendario editorial global y apoyar a los proyectos nacionales en la publicación de contenidos originales en el sitio web y otros canales de comunicación de planetGOLD.