



## Convenio sobre la Diversidad Biológica

Distr.  
GENERAL

CBD/SBI/3/9  
28 de septiembre de 2020

ESPAÑOL  
ORIGINAL: INGLÉS

### ÓRGANO SUBSIDIARIO SOBRE LA APLICACIÓN

Tercera reunión

Lugar y fecha por determinarse

Tema 7 del programa provisional\*

### COMUNICACIÓN

*Nota de la Secretaria Ejecutiva*

#### I. INTRODUCCIÓN

1. En la decisión [XIII/22](#), la Conferencia de las Partes en el Convenio sobre la Diversidad Biológica acogió con satisfacción el marco para una estrategia mundial de comunicaciones. Se pidió a la Secretaría Ejecutiva que a) desempeñara un papel importante en la creación del marco para las comunicaciones, b) mantuviera el estado de las comunicaciones bajo examen, c) coordinara y asesorara a otros actores, y d) asesorara sobre la creación de mensajes genéricos.
2. En la decisión [14/26](#), la Conferencia de las Partes pidió a la Secretaría Ejecutiva que continuara implementando el marco para una estrategia mundial de comunicaciones y elaborara temas y materiales de referencia en torno a los cuales se pudieran organizar campañas de comunicación y sensibilización pública en el bienio 2018-2020 relativas al estado actual de la diversidad biológica y las deliberaciones relativas a la preparación del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020.
3. El presente documento es un informe de progreso sobre las actividades realizadas por la Secretaría Ejecutiva en los bienios 2017-2018 y 2019-2020 en el contexto de esta decisión.

#### II. DIÁLOGOS SOBRE LA COMUNICACIÓN

##### A. Diálogos de Bogis-Bossey

4. En el otoño de 2017 e invierno de 2018, con la asistencia financiera del Gobierno de Suiza, la Secretaría Ejecutiva convocó a una serie de diálogos sobre la dirección estratégica del Convenio. Se deliberó sobre la comunicación y la sensibilización, enmarcando los elementos clave necesarios para una estrategia mundial de comunicaciones. Se destacaron cuatro dimensiones fundamentales:
  - a) *Público*: implicarse con múltiples públicos para cambiar la trayectoria de la diversidad biológica. Los distintos públicos requieren mensajes adaptados para llegar a ellos donde estén y no donde queremos que estén;
  - b) *Mensaje*: los mensajes deben ser pertinentes desde el punto de vista personal y transmitir el tema de manera sencilla. Además, deben ofrecer estrategias significativas para activar a las diferentes personas según sus habilidades y capacidades;
  - c) *Tono*: los mensajes deben conectarse con el corazón de la gente y comunicar una narrativa de optimismo, por ejemplo, mostrando soluciones locales y evitando las comunicaciones pesimistas.

\* CBD/SBI/3/1.

- d) *Rigor*: las campañas de comunicación deberían diseñarse con rigor e implicar a varios actores y equipos, potenciando las alianzas para incrementar su alcance.

5. Los participantes de los diálogos hicieron hincapié en la necesidad de mensajes unificados, pegadizos y generales y de estrategias de comunicación focalizadas para transmitir este mensaje al público. Se necesitan diferentes herramientas y estrategias para movilizar al público, al sector privado y al gobierno en contextos culturales diversos.

6. Se habló de la importancia y el desafío de diseñar campañas que no solo incrementen la sensibilización, sino que también alienten el cambio de comportamiento. Se citó como ejemplo el modelo de campaña de comunicación de acceso abierto utilizado en la Marcha Mundial por el Clima y en la Hora del Planeta, que permite la adaptación del contenido al contexto local. Los participantes notaron las diferencias entre utilizar mensajes negativos frente a utilizar mensajes positivos. También pusieron énfasis en que la mayoría de los públicos destinatarios no entienden el término “diversidad biológica”, y en que los esfuerzos de comunicación podrían considerar usar “naturaleza” como alternativa.

### **B. Diálogo Nexus sobre la Diversidad Biológica del Grupo de Gestión Ambiental de las Naciones Unidas**

7. La Secretaría y el Grupo de Gestión Ambiental de las Naciones Unidas organizaron en conjunto el Diálogo Nexus sobre la Diversidad Biológica, que se celebró en Ginebra, Suiza, el 2 y 3 de mayo de 2018. El Diálogo exploró el rol vital de la diversidad biológica en el contexto de la seguridad y el bienestar humanos. La sesión sobre la comunicación positiva y los mensajes focalizados, organizada y moderada por la Secretaría, arribó a los siguientes conceptos:

- a) Es importante comunicar la urgencia de actuar contra la pérdida de la diversidad biológica, que está socavando otras agendas y amenazando la seguridad humana;
- b) Las estrategias de comunicación deben ser sencillas y positivas para que repercutan en todos los interesados directos;
- c) Transmitir al público la necesidad de detener la pérdida de diversidad biológica constituye un desafío;
- d) La sencillez y claridad son necesarias, pero es preciso matizar la complejidad de las cuestiones de la diversidad biológica. A este respecto, se debatió acerca de la necesidad de un mensaje u objetivo dominante, como la meta de 2 grados utilizada por la comunidad del cambio climático;
- e) Se debatió la necesidad de una representación sencilla para comunicar la pérdida de la diversidad biológica. Se reconoció que no todos los interesados directos son receptivos a la misma narrativa. Cuando se trata con diferentes interesados directos, se hacen necesarios los mensajes focalizados y las estrategias de comunicación organizadas de manera diferencial.

8. Los subgrupos formados en la sesión de comunicaciones sugirieron el uso de narrativas del tipo de las de superhéroes para combatir la pérdida de la diversidad biológica, pero hubo una diferencia de opinión respecto a si debería introducirse un concepto o personaje de villano en la historia y, en caso afirmativo, quién o qué encarnaría a un villano así.

### **C. Muchas voces, una sola naturaleza con la iniciativa de Conservación de Cambridge**

9. El primer diálogo Muchas voces, una sola naturaleza se celebró el 13 de abril de 2018. Reunió a numerosas organizaciones con el propósito de, por un lado, alcanzar un entendimiento común acerca de lo que significa la diversidad biológica y sus conexiones con objetivos más amplios de desarrollo, y por otro, presentar las conexiones clave de modo de que repercutan y resulten significativas para la persona promedio. El diálogo se organizó en torno a varias preguntas clave:

- a) ¿Qué mensajes sencillos resultan más eficaces para provocar el cambio de comportamiento necesario para la diversidad biológica?

- b) ¿Qué narrativas lograrán convencer a los jefes de Estado, a los miembros de gabinete no relacionados con el medio ambiente, a otros sectores de gobierno y a los sectores de la economía?
  - c) ¿Qué elementos son necesarios para un cambio en la comunicación sobre la diversidad biológica y su alcance?
  - d) ¿Es la diversidad biológica el concepto correcto que hay que comunicar? ¿Es necesario un cambio de imagen?
10. Los puntos clave del diálogo fueron los siguientes:
- a) Quedan pocas oportunidades con vistas al 2020 para cambiar las percepciones del público sobre la diversidad biológica y provocar una transformación. Para hacer posible el cambio o las mejoras en el comportamiento, los esfuerzos de comunicación deben ir más allá de la sensibilización. Es clave comunicar el impacto en la naturaleza de la vida cotidiana y las elecciones de las personas;
  - b) Se necesita un cambio narrativo mediante el poder de la narración para inspirar los corazones y mentes de las personas: el foco debería estar en la comunicación de soluciones para acciones concretas;
  - c) Es importante crear un movimiento mundial en el que participen diversos grupos de interesados directos (relacionados con la conservación, la academia, los medios, las empresas, las finanzas, etc.) para eliminar la compartimentación y crear puentes entre la conservación de la diversidad biológica, el desarrollo sostenible y otros conceptos;
  - d) Se necesita una “flotilla” de asociados para comunicar un mensaje coherente que despierte una percepción de urgencia, se base en las fortalezas organizativas y redes individuales y utilice la complementariedad. En el núcleo de este mandato deben estar los mensajes en común sobre la diversidad biológica.
  - e) Elementos para una campaña exitosa: definir un objetivo claro y global; identificar a los encargados de la adopción de decisiones y las causas que defienden; elaborar una línea de tiempo de momentos políticos y fijar una fecha objetivo; elaborar mensajes para esos momentos políticos y esos públicos, así como “tácticas” para acciones concretas;
  - f) Las redes sociales constituyen una herramienta clave de comunicación masiva: campañas visuales y narraciones y ciencia específicas para cada público. Los niveles extraordinarios de compromiso con la naturaleza de las redes sociales reflejan el poder de la narración y demuestran que las personas sí se preocupan por la naturaleza;
  - g) Comunicación de contenidos científicos: existe una falta de comprensión de la diversidad biológica en el público. Sin embargo, la ciencia ofrece un vínculo claro entre la actividad humana y la diversidad biológica, e identifica zonas claves para la acción;
  - h) Comunicación con el sector privado: las empresas actúan en apoyo de la naturaleza cuando esta afecta el resultado neto y contribuye al logro de metas comerciales. Se necesitan narrativas nuevas e interesantes que hagan posible la transformación en todos los sectores;
  - i) Comunicación con los encargados de la adopción de decisiones políticas: se requiere un enfoque pragmático para construir un movimiento político que identifique momentos claves a tiempo para organizar acciones con los asociados y líderes políticos de todo el mundo. Un nuevo lenguaje de comunicación alinea las tareas políticas con las acciones de apoyo a los medios dominantes para que informen sobre el movimiento.
11. Los participantes resaltaron la necesidad de organizar diálogos futuros para explorar narrativas específicas y mensajes adaptados y de involucrar a diversos grupos de interesados directos. También se aceptaron como esenciales los mensajes en común en el período previo a la 15ª reunión de la Conferencia de las Partes de 2020.

12. Los diálogos subsiguientes procurarán aumentar la conciencia respecto de la urgencia de ampliar las comunicaciones sobre la diversidad biológica, así como de sus interrelaciones con los objetivos mundiales de desarrollo sostenible y del medio ambiente. El objetivo global será movilizar a los actores clave para apoyar la agenda de la diversidad biológica, asegurar que haya mensajes en común y alinear las actividades a medida que cobre impulso un movimiento mundial de diversidad biológica en el período previo a 2020 y la adopción de la nueva agenda de acción en la naturaleza.

#### **D. Reunión de expertos en comunicación celebrada en paralelo a la 23ª reunión del Órgano Subsidiario de Asesoramiento Científico, Técnico y Tecnológico**

13. En colaboración con asociados de la comunicación, como el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), la Comisión de Educación y Comunicación (CEC) de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), la Fundación de las Naciones Unidas, Birdlife International y representantes de las presidencias de la 13ª, 14ª y 15ª reuniones de la Conferencia de las Partes, la Secretaría organizó una reunión informal sobre comunicación el 21 y 22 de noviembre de 2019, en paralelo a la 23ª reunión del Órgano Subsidiario de Asesoramiento Científico, Técnico y Tecnológico.

14. La reunión representó la continuación de los debates y la planificación iniciadas originalmente en las reuniones de Bogis-Bossey, las reuniones de la Iniciativa de Conservación de Cambridge, y el Foro Mundial de la Comunicación. La reunión abordó las siguientes necesidades: ampliar el alcance de los mensajes sobre la importancia de la diversidad biológica para el bienestar humano; facilitar maneras de que todos los actores demuestren por qué es importante la agenda; inspirar una oleada de actividades para conservar y usar la diversidad biológica de forma sostenible, e informar a las redes sobre cómo involucrarse en la agenda de la diversidad biológica en apoyo de la sostenibilidad; resaltar la enorme experiencia acumulada en el período 2011-2020 con el Plan Estratégico para la Diversidad Biológica 2011-2020, así como otros importantes objetivos y metas, con inclusión de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y contribuir a la negociación exitosa de un ambicioso Marco de la diversidad biológica posterior a 2020 en la 15ª reunión de la Conferencia de las Partes en Kunming, China, que promueva la Visión 2050 del Convenio.

15. La reunión fue considerada como una oportunidad para elaborar y promover aún más una narrativa que estimule la acción dirigida a la conservación de la diversidad biológica, su uso sostenible y la equidad en el uso de recursos genéticos. La narrativa procuraría presentar vías de éxito disponibles, inspirar la movilización de muchos actores, informar a la sociedad de los beneficios secundarios de tales acciones, especialmente en relación con el combate al cambio climático y la pobreza, abordando la equidad y la inclusión en el sistema mundial, y avanzando en los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Esta narrativa tendrá distintas intervenciones y fases focalizadas a lo largo de 2020 y se valdrá de experiencias positivas de todo tipo de iniciativas: pueblos indígenas y comunidades locales, jóvenes, gobiernos subnacionales, ciudades y empresas.

16. Los participantes accedieron a conformar la “flotilla” de Comunicación y se pusieron de acuerdo en un resumen de los principales objetivos del año y en los planes para alcanzarlos. Esto incluyó la necesidad de elaborar mensajes y contenido generales y adaptados en todos los medios que permitan a las Partes llegar a públicos específicos con los mensajes que más repercutan en ellos. También se hizo foco en la necesidad de llegar e involucrar a los medios y periodistas con regularidad. El grupo también estuvo de acuerdo en la necesidad de mejorar las redes sociales y otras campañas para aunar al público mundial en la comprensión de los riesgos y recompensas de la naturaleza por medio de actividades como, entre otras, la organización de la Semana Internacional de la Diversidad Biológica, el apoyo a la Cumbre de las Naciones Unidas sobre Biodiversidad y el desarrollo de plataformas.

### **III. DÍA INTERNACIONAL DE LA DIVERSIDAD BIOLÓGICA, 2017 A 2020**

17. Las celebraciones del Día Internacional de la Diversidad Biológica representan una importante oportunidad para generar vínculos entre los diferentes asociados y las agendas mundiales. Las actividades realizadas constituyen una parte del marco mundial de comunicaciones del Convenio. Durante los dos bienios, se realizó un considerable aprendizaje y desarrollo de plataformas.

### **A. Tema de 2017: Diversidad biológica y turismo sostenible**

18. El tema fue elegido para que coincidiera con la observancia de 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, proclamado por la resolución 70/193 de la Asamblea General de las Naciones Unidas, y liderado por la Organización Mundial de Turismo.

19. Se realizaron celebraciones en al menos 95 países: Albania, Alemania, Andorra, Angola, Arabia Saudita, Argelia, Argentina, Armenia, Australia, Austria, Bangladesh, Barbados, Bélgica, Benin, Brasil, Cabo Verde, Camboya, Camerún, Canadá, Chile, China, Chipre, Colombia, Costa Rica, Côte d'Ivoire, Croacia, Cuba, Dinamarca, Ecuador, Emiratos Árabes Unidos, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos de América, Etiopía, Federación de Rusia, Filipinas, Finlandia, Francia, Georgia, Ghana, Grecia, Guatemala, Hungría, India, Indonesia, Irán (República Islámica de), Iraq, Irlanda, Italia, Jamaica, Japón, Kuwait, Líbano, Lituania, Macedonia del Norte, Madagascar, Malasia, Malí, Marruecos, Mauricio, México, Mongolia, Nepal, Níger, Nigeria, Omán, Países Bajos, Pakistán, Perú, Polonia, Portugal, Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, República Checa, República Democrática del Congo, República de Corea, República de Moldova, Rumania, Santa Lucía, Santa Sede, Sierra Leona, Sri Lanka, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Trinidad y Tobago, Túnez, Turquía, Ucrania, Uganda, Unión Europea, Venezuela (República Bolivariana de) y Viet Nam.

20. La celebración oficial tuvo lugar en el Parque Nacional El Chico, Hidalgo, México, con la participación del presidente Enrique Peña Nieto.

21. Se recibieron mensajes de la Plataforma Intergubernamental Científico-normativa sobre Diversidad Biológica y Servicios de los Ecosistemas (IPBES), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), la Organización Mundial del Turismo (OMT), la Convención de Ramsar relativa a los Humedales y el Centro Internacional para el Aprovechamiento Integrado de las Montañas (ICIMOD).

22. El logotipo de 2017 del Día Internacional de la Diversidad Biológica fue diseñado por miembros del personal pedagógico del Centro de Educación Ambiental (EEC) de Kastoria, Grecia. Estos compusieron una representación visual de la importancia de la riqueza de la diversidad biológica y de los paisajes atractivos para el turismo, así como de la necesidad de un desarrollo turístico adecuado que proteja y gestione la diversidad biológica de manera sostenible. El logotipo se publicó en <https://www.cbd.int/idb/2017/logo/> en los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas. Además, fue traducido por las Partes y otros a 19 idiomas más: albanés, bengalí, eslovaco, farsi, georgiano, griego, gujarati, hangul, hindi, japonés, konkani, malabar, maratí, portugués, rumano, tailandés, tamil, telugu y urdu.

### **B. Tema de 2018: Celebración de los 25 años de acción por la diversidad biológica**

23. El tema fue elegido para conmemorar el vigesimoquinto aniversario y para destacar el progreso realizado en el logro de los objetivos a nivel de los países y del mundo.

24. Se realizaron las celebraciones en al menos 91 países: Afganistán, Albania, Alemania, Andorra, Argelia, Argentina, Armenia, Australia, Austria, Azerbaiyán, Bangladesh, Barbados, Belarús, Bélgica, Benin, Bhután, Bolivia (Estado Plurinacional de), Brasil, Brunei Darussalam, Bulgaria, Burkina Faso, Burundi, Camboya, Camerún, Canadá, Chile, China, Colombia, Costa Rica, Côte d'Ivoire, Croacia, Cuba, Dinamarca, Ecuador, Eslovaquia, España, Etiopía, Filipinas, Francia, Gabón, Gambia, Georgia, Ghana, Grecia, Guatemala, Guinea, Guinea Ecuatorial, Honduras, India, Indonesia, Irlanda, Italia, Liberia, Luxemburgo, Malasia, Malí, Marruecos, Mauricio, México, Myanmar, Nepal, Níger, Nigeria, Noruega, Nueva Zelanda, Pakistán, Panamá, Paraguay, Perú, Polonia, Portugal, Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, República Democrática Popular Lao, República Dominicana, Rumania, San Vicente y las Granadinas, Santo Tomé y Príncipe, Senegal, Sierra Leona, Singapur, Sudáfrica, Sudán, Suecia, Tailandia, Togo, Trinidad y Tobago, Unión Europea, Uruguay, Uzbekistán, Venezuela (República Bolivariana de) y Viet Nam.

25. La celebración oficial se llevó a cabo el 22 de mayo de 2018 en el parque de Mount Royal, Montreal, Canadá. La Secretaria Ejecutiva del Convenio sobre la Diversidad Biológica abrió el evento dando la bienvenida a altos funcionarios del Gobierno de Canadá, la Provincia de Quebec, la ciudad de Montreal, representantes del cuerpo diplomático y dignatarios de todo el mundo. Se puede ver un video del evento íntegro en la siguiente web: <https://www.facebook.com/UNBiodiversity/videos/1696147693796589/>.

26. Se recibieron mensajes y declaraciones de los siguientes países y organizaciones: Burkina Faso; Canadá; Comunidad del Caribe (CARICOM); Congo; Côte d'Ivoire, Comisión Europea; Finlandia; Provincia de Ontario (Canadá); Sede de las Naciones Unidas; Acuerdo sobre la Conservación de las Aves Acuáticas Migratorias de África y Eurasia (AEWA); Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES); Convención sobre la Conservación de las Especies Migratorias de Animales Silvestres (CMS); Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Centro Internacional para el Aprovechamiento Integrado de las Montañas (ICIMOD); Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN); Convención de Ramsar relativa a los Humedales; Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO); Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA); Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y ONU-Hábitat.

27. El logotipo del Día Internacional de la Diversidad Biológica en 2018 fue también el del vigesimoquinto aniversario del Convenio sobre la Diversidad Biológica. Se publicó en <https://www.cbd.int/idb/2018/logo/> en los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas. También fue traducido por las Partes y otros a 13 idiomas más: búlgaro, farsi, griego, hangul, hindi, japonés, canarés, maratí, mongol, polaco, portugués, tamil y urdu.

### **C. Tema de 2019: “Nuestra biodiversidad, nuestro alimento, nuestra salud”**

28. Este tema se centró en la diversidad biológica como cimiento de nuestra alimentación y nuestra salud y como catalizador clave para transformar los sistemas alimentarios y mejorar la salud humana. El objetivo fue aprovechar los conocimientos y extender la sensibilización sobre la dependencia de nuestros sistemas alimentarios, nutrición y salud respecto de la diversidad biológica y los ecosistemas saludables. El tema se anunció en una notificación del 14 de febrero de 2019. Se puede encontrar más información en [www.cbd.int/idb/2019](http://www.cbd.int/idb/2019).

29. El Día Internacional de la Diversidad Biológica en 2019 se celebró, en distintos grados, en al menos 121 países, así como en 19 organizaciones o entidades, con una variedad de actividades: Alemania, Andorra, Angola, Argelia, Argentina, Australia, Austria, Azerbayán, Bangladesh, Belarús, Bélgica, Belice, Benin, Bhután, Bolivia (Estado Plurinacional de), Bosnia y Herzegovina, Brasil, Bulgaria, Cabo Verde, Camboya, Camerún, Canadá, Chile, China, Chipre, Colombia, Comoras, Congo, Costa Rica, Côte d'Ivoire, Croacia, Cuba, Dominica, Ecuador, Egipto, El Salvador, Emiratos Árabes Unidos, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estado de Palestina, Estados Unidos de América, Federación de Rusia, Fiji, Filipinas, Finlandia, Francia, Gabón, Gambia, Georgia, Ghana, Guatemala, Guinea, Guinea Ecuatorial, Haití, Honduras, Hungría, India, Indonesia, Irán (República Islámica de), Iraq, Irlanda, Islandia, Italia, Jamaica, Japón, Kazajstán, Kenya, Kirguistán, Letonia, Liberia, Lituania, Luxemburgo, Macedonia del Norte, Madagascar, Malasia, Malí, Marruecos, Mauricio, México, Namibia, Nicaragua, Nigeria, Nueva Zelanda, Países Bajos, Pakistán, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Qatar, Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, República Árabe Siria, República Checa, República Democrática del Congo, República de Corea, República de Moldova, República Dominicana, República Popular Democrática de Corea, Rumania, Rwanda, Santa Lucía, Santa Sede, Senegal, Serbia, Sri Lanka, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Tayikistán, Tonga, Turquía, Ucrania, Uganda, Uruguay, Uzbekistán, Venezuela (República Bolivariana de), Viet Nam, Zambia, Zimbabwe.

30. Una serie de gobiernos y organizaciones expresaron su apoyo a la diversidad biológica con mensajes de conmemoración del Día Internacional de la Diversidad Biológica: Bioersity International; China; Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES); Comisión EAT-Lancet; Egipto; Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la

Agricultura (FAO); Coalición para la Alimentación y Uso del Suelo (FOLU); Centro Internacional para el Aprovechamiento Integrado de las Montañas (ICIMOD); Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (IPPC); Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD); Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO); Sede de las Naciones Unidas; Organización Mundial de la Salud (OMS).

31. El logotipo del Día Internacional de la Diversidad Biológica de 2019 fue diseñado por la Unidad de Imagen de Marca y Diseño Gráfico del Departamento de Comunicación Global de las Naciones Unidas, y fue lanzado el 11 de mayo de 2019. Estuvo disponible en los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas. Además, se hicieron traducciones de cortesía al coreano, malayo y telugu. El logotipo ganó el American Inhouse Design Award de 2019.

32. El 22 de mayo de 2019, Google Analytics mostraba que la página del Día Internacional de la Diversidad Biológica de 2019 ([www.cbd.int/idb/2019](http://www.cbd.int/idb/2019)) había tenido 6910 visitas, es decir, un 23% más que en 2018. La campaña en redes sociales comenzó el 15 de mayo. Se utilizaron los hashtags #IDB2019, #Biodiversity Day, #BiodiversityIsHealth, #BiodiversityIsFood. En Twitter, las tres principales publicaciones llegaron en conjunto a 222.000 personas. La publicación principal obtuvo 500 “me gusta” y llegó a 135.000 personas. El video IDB2019 tuvo 200 “me gusta” en Twitter, más de 8000 visitas y llegó a más de 30.000 personas. En Facebook, la publicación más popular alcanzó a más de 71.000 personas. Tuvo 280 “me gusta” y se compartió 533 veces. En LinkedIn, la publicación más popular recibió 181 “me gusta” y llegó a más de 4000 personas (un aumento del 70% con respecto al mes anterior). En Instagram, la campaña fue apoyada por la Red Global de Jóvenes por la Biodiversidad (GYBN) y recibió un total de 7543 “me gusta” entre el 15 y el 22 de mayo.

#### **D. Tema de 2020: “Nuestras soluciones están en la naturaleza”**

33. El lema “Nuestras soluciones están en la naturaleza” hace hincapié en la esperanza, la solidaridad y la importancia de trabajar en conjunto en todos los niveles para construir una vida futura en armonía con la naturaleza. El año 2020 debe ser un año de reflexión, oportunidades y soluciones en el que las personas “reconstruyan mejor” utilizando este tiempo para incrementar la resiliencia de las naciones y comunidades a medida que el mundo se recupera de la pandemia. Es el año en el que, más que nunca, el mundo puede dar señales de una fuerte voluntad de un marco mundial que revierta la tendencia de la pérdida de la diversidad biológica en beneficio de los seres humanos y de todas las demás formas de vida del planeta (véase <https://www.cbd.int/idb/2020>).

34. Debido a la pandemia de COVID-19, la Secretaría organizó por primera vez en línea una campaña publicitando videos y mensajes. Un total de 9 de 15 presidencias de la Conferencia de las Partes, diversos Gobiernos, organizaciones y pueblos indígenas y comunidades locales respondieron al llamado y emitieron mensajes. El Día de la Diversidad Biológica en 2020 fue conmemorado por al menos 107 países y 38 organizaciones y entidades en diverso grado (actividades y eventos, mensajes y artículos de prensa). Un total de 77 países y organizaciones informaron de sus actividades a la Secretaría. Por medio de una búsqueda en Internet, se encontraron los informes de los 68 países y organizaciones restantes.

35. La Secretaría coorganizó o participó en cinco importantes eventos virtuales: a) deliberación virtual de alto nivel (Sede de las Naciones Unidas); b) panel de expertos sobre los vínculos entre el coronavirus y la diversidad biológica: el hallazgo científico (UNESCO); c) seminario web sobre la diversidad biológica de los suelos: ¿una solución natural? (FAO); d) seminario web sobre el proceso posterior a 2020: “El futuro de la diversidad biológica y cómo encajas tú” (GYBN), y e) seminario web para jóvenes “El modelo de la ONU” (WWF-India).

36. Según Google Analytics, del 17 al 23 de mayo de 2020 se registraron 203.915 visitas al sitio web del Convenio en su totalidad. Esto representa un incremento del 62% con respecto al mismo período de 2019. En 2020, se duplicaron las visitas a [www.cbd.int/idb](http://www.cbd.int/idb) en relación con 2019. El crecimiento más notable se dio en [www.cbd.int/idb/2020/logo](http://www.cbd.int/idb/2020/logo), que registró un aumento de 546% en comparación con 2019. De hecho, el 22 de mayo el logotipo estuvo disponible en 51 idiomas (gracias a las traducciones de

cortesía), un récord sin precedentes. Estos resultados parecen indicar que la campaña de 2020 fue más exitosa que las anteriores en términos de atraer tráfico al sitio web.

#### V. FERIAS DE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y CONCIENCIA PÚBLICA EN LA 13ª Y 14ª REUNIONES DE LA CONFERENCIA DE LAS PARTES

37. La Feria de Comunicación, Educación y Conciencia Pública (CEPA) de 2016 se realizó durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Biodiversidad, del 5 al 16 de diciembre de 2016 en Cancún, México<sup>1</sup>. La Feria de CEPA de 2018 también se realizó durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Biodiversidad, del 18 al 28 de noviembre de 2018 en Sharm El-Sheikh<sup>2</sup>, Egipto. Fue posible gracias a la contribución de los gobiernos anfitriones (México y Egipto, respectivamente), representantes de las Partes, organizaciones, voluntarios y personal local, así como el personal de la Secretaría del Convenio. La Feria de CEPA fue financiada por los gobiernos anfitriones. Los programas y presentaciones están disponibles en [www.cbd.int/cepa/fair](http://www.cbd.int/cepa/fair). En la tabla a continuación, figuran algunas estadísticas.

<b>Resumen</b>	<b>2016</b>	<b>2018</b>
Número de participantes (organizadores, oradores y/o expositores)	180	140
Número de países representados	22	28
Número de organizaciones representadas	70	61
Número de eventos	30	31
Eventos del CDB	28	28
Eventos de seguridad de la biotecnología	2	1
Eventos de acceso y participación en los beneficios (APB)	0	2
Eventos organizados o coorganizados por la Secretaría del CDB	6	4
Público más numeroso	100	70
Número de puestos	25	30
Número de presentaciones virtuales	1	4

38. En 2016, la Secretaría organizó o coorganizó seis eventos: Día del Decenio de la Biodiversidad de Naciones Unidas (UNDB) (con el ministro de Medio Ambiente de Japón, UNDB-Japón, UICN-Japón, Comité Keidanren para la Conservación de la Naturaleza [KCNC] y la ciudad de Toyooka); Inauguración: herramienta afiche de las Metas de Aichi para la Diversidad Biológica (con la Agencia Alemana de Cooperación Internacional [GIZ]); integrar la diversidad biológica a las redes sociales (con la Iniciativa de Desarrollo de Capacidades de ABS); premios del mecanismo de facilitación; #NatureForAll: movimiento para inspirar el amor a la naturaleza (con la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza [UICN] y la Comisión de Educación y Comunicación [CEC], y la Comisión Mundial de Áreas Protegidas [CMAP]); firma ceremonial del Memorando de Entendimiento (con WWF).

39. En 2018, la Secretaría organizó o coorganizó cinco eventos: Día del Decenio de la Biodiversidad de Naciones Unidas (UNDB) (con el Comité de Japón de la UNDB, el ministro de Medio Ambiente de Japón, la Sociedad de Conservación de la Naturaleza de Japón y el Comité de Japón de la Unión Internacional para la Conservación); Inauguración: herramienta afiche de las Metas de Aichi para la Diversidad Biológica (con la Agencia Alemana de Cooperación Internacional [GIZ]); “¿Todos tenemos que saber todo? - Demitificar la comunicación sobre el acceso y la participación en los beneficios” (con la Iniciativa de Desarrollo de Capacidades de ABS); 15º aniversario del Protocolo sobre Seguridad de la Biotecnología (con PNUMA); primer Foro Internacional sobre la Comunicación y la Diversidad Biológica (con WWF).

<sup>1</sup> <https://www.cbd.int/doc/notifications/2016/ntf-2016-082-cepa-en.pdf>

<sup>2</sup> <https://www.cbd.int/doc/notifications/2018/ntf-2018-058-cepa-fair-en.pdf>



## VI. TRABAJAR CON ASOCIADOS

40. Un elemento destacado del desarrollo de una estrategia mundial de comunicaciones es el trabajo realizado con asociados. Se realizó un trabajo importante con WWF International, la Comisión de Educación y Comunicación (CEC) de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) y la “flotilla” de Comunicación de la Biodiversidad.

### A. Actividades con WWF International

41. La Secretaría concluyó un memorando de entendimiento con WWF International en 2017, que proporcionó un marco para las actividades y apoyo recíproco para la estrategia mundial, así como en apoyo de la implementación de la Meta 1 de Aichi para la Diversidad Biológica<sup>3</sup>.

#### 1. Resultados de la campaña “Connect2Earth” de 2018-2020

42. En el contexto del Memorando de Entendimiento, WWF y los puntos focales del Convenio llevaron a cabo una serie de actividades que representan parte de la campaña “Connect2Earth”. Con base en actores facilitadores que pueden servir como multiplicadores, la campaña se desarrolla en torno a la noción de “acceso abierto”: se crean mensajes genéricos que luego son adaptados por los asociados que siguen adelante con la campaña. El concepto de multiplicadores resultó exitoso gracias a la utilización de eventos organizados a lo largo y ancho de la comunidad de la diversidad biológica como oportunidades para movilizar el mensaje. Por lo tanto, el Día Internacional de la Diversidad Biológica del Convenio, el Día Mundial del Medio Ambiente del PNUMA, el Día de la Tierra, la Hora del Planeta y el Movimiento Mundial de Scouts han brindado dichas oportunidades. Las siguientes son las actividades resultantes:

- a) En 2018, los mensajes de la Hora del Planeta pasaron de enfocarse en el clima a adoptar un contenido integrador del clima y la naturaleza. Millones de personas, ciudades y lugares emblemáticos apagaron las luces para participar en la Hora del Planeta mientras se utilizaba el material de acceso abierto suministrado por el proyecto de la Iniciativa Internacional para el Clima (IKI) (videos, imágenes, publicaciones en redes sociales y kits de iniciación sobre cómo entrar en acción). Los kits de iniciación se conceptualizaron para diferentes públicos: comunidades, empresas, hoteles, escuelas, personas y grupos de jóvenes. Los números resultantes rompieron los récords de años anteriores: participaron 188 países y territorios y se contabilizaron 3.500 millones de impresiones. Los hashtags #EarthHour (Hora del Planeta), #connect2earth (conéctate con la Tierra) y otros hasthags asociados fueron tendencia en Twitter en 33 países. Participaron más de 250 celebridades e *influencers*. Estos últimos hicieron un llamado a proteger el clima, la naturaleza y la diversidad biológica. El Secretario General de las Naciones Unidas, António Guterres, y el presidente francés, Emmanuel Macron, estuvieron entre los que llamaron la atención respecto de la pérdida de diversidad biológica e instaron a las personas a conectarse con la Tierra.
- b) El 30 de marzo de 2018, personas, organizaciones, empresas y ciudades de 188 países y territorios de todo el mundo se unieron a la Hora del Planeta para abogar por la naturaleza e inspirar la acción urgente en defensa del medio ambiente. Nuevamente, WWF ofreció un conjunto de herramientas con recursos de acceso abierto para descargar en [www.EarthHour.org](http://www.EarthHour.org) y [www.Connect2Earth.org](http://www.Connect2Earth.org) dirigidos a organizadores de eventos, empresas, hoteles, educadores, grupos de jóvenes, zoológicos y acuarios, ciudades y asociados. Como resultado, #EarthHour, #Connect2Earth y hashtags relacionados fueron tendencia en 26 países, lo que generó más de 2.800 millones de impresiones;
- c) La Hora del Planeta 2020 se centró en “la naturaleza como solución a la crisis climática”. Participaron un total de 190 países y territorios. Debido a la pandemia de COVID-19 y a los confinamientos nacionales, la campaña mundial se hizo exclusivamente por medios digitales. De este modo, la Hora del Planeta 2020 se convirtió en el primer evento totalmente digital. El cambio a la comunicación puramente digital tuvo como resultado un aumento significativo del alcance

---

<sup>3</sup> Meta 1: “Para 2020, a más tardar, las personas tendrán conciencia del valor de la diversidad biológica y de los pasos que pueden seguir para su conservación y utilización sostenible.”

digital en el mundo entero. A gran velocidad, se desarrollaron innovadores eventos en línea y campañas digitales y se adaptaron a versiones digitales los eventos en el terreno ya planeados. Se contabilizó un total de 4.700 millones de impresiones en varios canales de redes sociales (como Facebook, Twitter, Weibo y TikTok), el mayor número de impresiones digitales alcanzado hasta la fecha durante la Hora del Planeta. Más de 578 *influencers*, figuras públicas, activistas ambientales y celebridades apoyaron la Hora del Planeta en 37 países, entre ellos, el Secretario General de las Naciones Unidas, António Guterres, la activista sueca Greta Thunberg, el Primer Ministro de Canadá, Justin Trudeau, la modelo colombiana Claudia Bahamon, y el cantante británico Cat Stevens. La cobertura mediática internacional se plasmó en 12.500 artículos relacionados con la Hora del Planeta, a pesar de que los titulares periodísticos de todo el mundo estaban dominados por la pandemia de COVID-19.

### *2. Encuesta de WWF sobre la conciencia de la diversidad biológica*

43. En colaboración con diversos asociados internacionales en la concienciación y la investigación de mercado, WWF International realizó una encuesta en diez países (Brasil, China, Colombia, India, Indonesia, Kenya, México, Perú, Sudáfrica y Viet Nam) sobre la conciencia pública sobre la diversidad biológica, el medio ambiente y la sostenibilidad. La encuesta sugirió lo siguiente con respecto al conocimiento sobre la diversidad biológica:

- a) La mayoría de las personas no comprendía bien el término. Los encuestados de 10 países afirmaron que entendían o estaban familiarizados con la diversidad biológica; 4% pudo explicar que el significado estaba relacionado con animales y hábitats. Un número alto de personas tenía una comprensión básica de los seres vivos, pero no los relacionaban con la noción de hábitat;
- b) La mitad de los encuestados no creía que se estuviera perdiendo la diversidad biológica.
- c) Un tercio de las personas se daba cuenta de que la fuente de alimentos y aire y agua puros era la diversidad biológica;
- d) La mayoría dijo sentirse personalmente responsables, en tanto que un porcentaje menor manifestó que no podían hacer nada al respecto. En general, los encuestados estuvieron de acuerdo sobre la pérdida de la diversidad biológica y su responsabilidad, pero no estaban dispuestos o no lograban hacer los cambios de hábitat necesarios.
- e) La mayoría quería proteger la base de la vida, en tanto que solo el 40% consideró la diversidad biológica como una fuente de materias primas;
- f) Las medidas adoptadas incluían apagar las luces, reducir los desechos de alimentos y agua, reciclar en la medida de lo posible y utilizar electrodomésticos con uso eficiente de la energía.

44. La investigación sugirió que es preciso ampliar la comprensión de la diversidad biológica en relación con los hábitats y recursos. Es posible hacer cambios sencillos en el estilo de vida cotidiano para conservar la diversidad biológica, y la mayoría de las personas está dispuesta a llevarlos a cabo. Los encuestados no identificaron la diversidad biológica como fuente de la vida, pero sí la relacionaron con la naturaleza.

### *3. Foro Mundial de Comunicación de la Diversidad Biológica*

45. El Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) y la Secretaría del Convenio organizaron el primer Foro Mundial de Comunicación de la Diversidad Biológica en Sharm El-Sheik, Egipto, el 18 de noviembre de 2018, durante la 14ª reunión de la Conferencia de las Partes. El foco estuvo puesto en el rol de las campañas de comunicación en incrementar la sensibilización sobre la diversidad biológica y la naturaleza. Las organizaciones y los representantes gubernamentales presentaron sus esfuerzos para fomentar las actividades de comunicación con el fin de aumentar la conciencia sobre la diversidad biológica. Se presentó un panorama amplio de campañas sobre la diversidad biológica en muchos grupos y sectores: jóvenes, agricultura, producción de alimentos, consumo y desecho, gobiernos nacionales, gobiernos locales, comunidades locales, organizaciones no gubernamentales (ONG) de conservación, así como zoológicos y acuarios. Las campañas presentadas en el Foro se concentraban en algunos objetivos clave, a

saber: intercambiar información y conocimientos, conectar a las personas con la naturaleza, iniciar un cambio de comportamiento y generar conciencia de las amenazas a la diversidad biológica.

46. WWF reunió el segundo Foro Mundial de Comunicación de la Diversidad Biológica (GBCF-2) en Woking, Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, el 10 y 11 de septiembre de 2019, en vísperas de 2020 y de la 15ª reunión de la Conferencia de las Partes. Los comunicadores, en representación de las secretarías de convenios, órganos de las Naciones Unidas y organizaciones no gubernamentales, se enfocaron en modos y medios de ampliar la comunicación de la diversidad biológica y deliberaron sobre las prioridades de comunicación para 2020 en la fase previa a la celebración de la 15ª reunión de la Conferencia de las Partes, una narrativa para las comunicaciones masivas y la movilización pública, el vínculo con el movimiento climático, los eventos clave para lanzar acciones de movilización pública, y las herramientas en línea de movilización masiva, como “Voz por el Planeta”.

## **B. Actividades con la Comisión de Educación y Comunicación de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza**

47. La Comisión de Educación y Comunicación ha sido un sostén de larga data del programa de trabajo en comunicación, educación y sensibilización pública. Ha apoyado la producción del conjunto de herramientas de comunicación, educación y concienciación del público (CEPA) y el desarrollo de la trama de “Love not loss” (amor, no pérdida) al comienzo de la Década de las Naciones Unidas sobre la Diversidad Biológica.

### *1. #NatureForAll*

48. El movimiento #NatureForAll fue lanzado formalmente en el Congreso Mundial de UICN realizado en Hawái en 2016<sup>4</sup>. Es impulsado por una coalición mundial de asociados liderados por UICN que representan a una variedad de sectores. Su objetivo es generar apoyo y acciones en favor de la conservación de la naturaleza entre personas de toda condición social aumentando la concienciación y facilitando experiencias y conexiones con el mundo de la naturaleza.

### *2. Investigación sobre la concienciación, el compromiso con la naturaleza y el cambio de comportamiento*

49. Como se observa en la descripción de la Meta 1 de Aichi para la Diversidad Biológica, la comprensión, conciencia y apreciación de los distintos valores de la diversidad biológica sustentan la disposición de las personas para llevar a cabo los cambios y acciones necesarios y para crear la voluntad política para que los gobiernos actúen.

50. La Red de Niños y Naturaleza elaboró una nueva síntesis de los factores que influyen en la conservación y el comportamiento cuidadoso con el medio ambiente como parte del trabajo de la Secretaría y de la Comisión de Educación y Comunicación de UICN y su iniciativa #NatureForAll. Los resultados de este trabajo se presentaron a la Conferencia de las Partes en su 14ª reunión<sup>5</sup>. El informe demuestra que, además de la concienciación, las experiencias significativas y la conexión con la naturaleza son clave para generar una mayor valoración, apoyo y acción en relación con la conservación de la diversidad biológica entre generaciones, sectores y sociedades. Se requerirá más atención a la participación del público y la conexión con la naturaleza para lograr el cambio de comportamiento y crear y mantener la voluntad política del gobierno para aplicar el Convenio.

51. Los gobiernos nacionales y subnacionales y los interesados directos tienen la oportunidad de ejecutar políticas específicas de cada sector para mejorar las acciones de conectar a las personas con la naturaleza como estrategia clave para alcanzar la Visión para 2050 y aplicar el Marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. Entre dichas políticas se encuentran las siguientes:

- a) Políticas educativas y de cuidado de los niños que hagan posible el tiempo al aire libre y el aprendizaje empírico sobre la naturaleza en la primera infancia y a lo largo de la vida;

---

<sup>4</sup> <http://natureforall.global/>

<sup>5</sup> CBD/COP/14/INF/20.

- b) Políticas de salud y para la tercera edad que favorezcan el contacto con la naturaleza como mecanismo de generar beneficios para la salud física y mental en personas de todas las edades;
- c) Políticas de planificación comunitaria y desarrollo urbano para crear ciudades con abundantes espacios naturales, como parques y áreas protegidas, adaptadas con el objetivo de maximizar los beneficios secundarios para los habitantes y la naturaleza;
- d) Parques, recreación al aire libre y políticas de turismo que estimulen experiencias agradables para las familias, programas interpretativos y educación empírica basada en la naturaleza;
- e) Políticas artísticas y culturales que promuevan la integración de la cultura y la naturaleza para desarrollar un sentido de unión con esta última y celebren las historias de conexión y sanación;
- f) Políticas que estimulen las inversiones del sector privado en programas, infraestructura y soluciones innovadoras sostenibles para conectar a las personas con la naturaleza;
- g) Políticas que demanden organizaciones de conservación de la diversidad biológica para trabajar entre sectores para que todas las personas experimenten los diversos beneficios de la conexión con la naturaleza.

### C. La flotilla de Comunicación de la Biodiversidad

52. Como resultado de la reunión de expertos realizada en forma paralela a la 23ª reunión del Órgano Subsidiario de Asesoramiento Científico, Técnico y Tecnológico celebrada el 21 y 22 de noviembre de 2019, un grupo de organizaciones, entre los que había Partes en el Convenio, organismos de las Naciones Unidas, secretarías de acuerdos ambientales multilaterales, organizaciones de la sociedad civil, jóvenes, mujeres y pueblos indígenas y comunidades locales convergieron en un grupo especial denominado la “flotilla” para la coordinación de la comunicación. El término proviene de las reuniones de la Iniciativa de Conservación de Cambridge de 2018.

53. Los miembros acordaron de manera informal que el grupo debía tener un costo bajo de participación en términos de recursos humanos, y que eran libres de participar en algunos elementos y en otros no. El principio de acceso abierto regiría los productos compartidos por el grupo, y la inclusión, transparencia y neutralidad serían factores importantes. El foco estaría puesto en promover la agenda de la diversidad biológica y la naturaleza con el propósito de apoyar las negociaciones del Marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. Se acordó que los mensajes para el grupo se elaborarían en el curso de las reuniones y actividades del año y que las diferentes organizaciones harían sus aportes.

54. Los mecanismos de coordinación y organización del grupo comprendían una lista de correo electrónico, un grupo de WhatsApp, reuniones semanales del grupo y grupos de trabajo especiales para abordar diferentes temas. En caso de surgir recursos, los negociadores o sherpas y el personal de apoyo podría movilizarse. El grupo identificó las siguientes tácticas:

- a) Momentos de activación de los asociados: los días internacionales y otras ocasiones de conmemoración;
- b) Producir contenido de acceso abierto (recursos, publicaciones, fotos, videos, historias);
- c) Reconocer las fortalezas de los miembros, como peticiones modelo, líderes científicos, redes de *influencers*, fortalezas de redes, comunidades educativas y otros;
- d) Enfocarse en momentos pico: eventos y momentos importantes, como las reuniones del Grupo de Trabajo sobre el Marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020, el Congreso Mundial de Conservación de UICN, el Día Internacional de la Diversidad Biológica, el Día Mundial del Medio Ambiente, y la Asamblea de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente (UNEA);
- e) Los asociados de los medios serían captados por miembros de la flotilla;
- f) Algunos miembros de la flotilla podrían producir un documento técnico y llevar a cabo actividades de defensa y promoción en nombre de una meta sólida de comunicación en el Marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020.

- g) Promover voces nuevas e inesperadas;
- h) Tácticas específicas de las distintas metas (empresariales, religiosas, parlamentarias, etc.);
- i) Fusionar las discusiones sobre el clima y la diversidad biológica.

55. Las reuniones de la flotilla se celebraron con una frecuencia casi semanal desde marzo de 2020 durante todo el año. La mayoría de las actividades realizadas por el Día Mundial de la Vida Silvestre, la Hora del Planeta, el Día Internacional de la Diversidad Biológica, el Día Mundial del Medio Ambiente, el lanzamiento de la quinta edición de la Perspectiva Mundial de la Diversidad Biológica y otras actividades resultaron amplificadas por las actividades del grupo.

## VII. ACTIVIDADES DE 2020

### A. Redes sociales en 2020

56. Las actividades en redes sociales en 2020 con arreglo al Convenio en 2020 comenzaron con una campaña de resoluciones para 2020 para generar conciencia y entusiasmo en relación con el superañño para la diversidad biológica. La campaña contó con una alta participación y compromiso, y los representantes de las Partes, interesados directos y líderes de las Naciones Unidas compartieron mensajes de videos sobre el compromiso de promover los objetivos de la diversidad biológica antes de la 15ª reunión de la Conferencia de las Partes<sup>6</sup>.

57. En la conmemoración del Día Internacional de la Diversidad Biológica se presentó un paquete multimedia de materiales que se publicó en los canales del Convenio y se compartió con organizaciones asociadas. Una ola de solidaridad de 36 horas con mensajes de apoyo de las Partes e interesados directos de todo el mundo también contribuyó a ampliar el alcance y captación de la campaña.

58. Entre los demás momentos clave que fueron muy promocionados y que ganaron aceptación entre los usuarios de redes sociales se encuentran los siguientes: la revelación del logotipo de la 15ª reunión de la Conferencia de las Partes, la divulgación del borrador preliminar del Marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020, las celebraciones enteramente digitales del Día Internacional de la Diversidad Biológica, el Día Mundial del Medio Ambiente y el lanzamiento de la Perspectiva Mundial sobre la Diversidad Biológica.

59. Como resultado de este fuerte impulso, todas las plataformas de redes sociales del CDB registraron un importante crecimiento durante la primera mitad de 2020, salvo por la página de Facebook de la Década de las Naciones Unidas sobre la Diversidad Biológica, que registró tan solo un modesto crecimiento. Los índices de participación estuvieron sistemáticamente por encima de los promedios del sector. La emergencia de Instagram como plataforma de crecimiento fue un importante avance. Estos son los detalles:

- Twitter del CDB: **@UNBiodiversity** <https://twitter.com/UNBiodiversity>. Seguidores al 1 de enero: 39.166. Seguidores al 30 de junio: 53.361. Crecimiento: +36%
- Twitter de la Secretaria Ejecutiva: **@Mremae** <https://twitter.com/mremae>. Seguidores al 1 de enero: 314. Seguidores al 30 de junio: 2842. Crecimiento: 805%
- Facebook: **@UNBiodiversityConvention** <https://www.facebook.com/UNBiodiversityConvention>. Seguidores al 1 de enero: 163.858. Seguidores al 30 de junio: 165.393. Crecimiento: +1%
- LinkedIn: **@UNBiodiversity** <https://www.linkedin.com/company/UNBiodiversity>. Seguidores al 1 de enero: 15.519. Seguidores al 30 de junio: 19.543. Crecimiento: +26%
- Instagram: **@UNBiodiversity** <https://www.instagram.com/unbiodiversity/>. Seguidores al 1 de enero: 130.202. Seguidores al 30 de junio: 202.000. Crecimiento: +55%

<sup>6</sup> <https://www.cbd.int/article/2020-01-03-19-45-58>

- YouTube: <https://www.youtube.com/c/ConventiononBiologicalDiversity>. Suscriptores al 1 de enero: 1397. Suscriptores al 30 de junio: 2015. Crecimiento: +44%

## **B. Lanzamiento de la quinta edición de la Perspectiva Mundial sobre la Diversidad Biológica**

60. La Secretaría colaboró con la Plataforma Intergubernamental Científico-normativa sobre Diversidad Biológica y Servicios de los Ecosistemas (IPBES), la Fundación de las Naciones Unidas, Terry Collins & Asociados, y miembros de la “flotilla” de comunicación y otras instituciones aliadas para lanzar la quinta edición de la Perspectiva Mundial sobre la Diversidad Biológica el 15 de septiembre de 2020. La campaña contó con la amplia atención de los medios, lo que contribuyó a una sensibilización aún mayor respecto de la pérdida de la diversidad biológica como amenaza para el bienestar humano comparable al cambio climático.

61. La planificación y preparación de comunicaciones estratégicas comenzó con varios meses de anticipación, como la investigación y enlace para confirmar o identificar contactos específicos en medios de comunicación clave y organizaciones no gubernamentales asociadas de todo el mundo. Esto incluyó un prelanzamiento (enero de 2020 a septiembre de 2020) con el objetivo principal de generar conciencia, con foco en el alcance, escala y significación de la Perspectiva. El prelanzamiento también procuró identificar y activar asociados, aliados, defensores y medios de comunicación.

62. Primero se envió un anticipo de la Perspectiva con la fecha original del lanzamiento, 18 de mayo, a miles de organizaciones de medios y organizaciones no gubernamentales antes de la segunda reunión del Grupo de Trabajo de Composición Abierta sobre el Marco Mundial de la Diversidad Biológica posterior a 2020, que se celebró en Roma en febrero de 2020. El anticipo describía los temas principales, los objetivos y la línea de tiempo del informe. Más importante aún, se proporcionó una dirección de correo electrónico exclusiva para los medios para que solicitaran la acreditación. Esto les permitió acceder en forma anticipada al informe, notas de prensa y materiales complementarios, con prohibición de publicarlos.

63. Con la nueva fecha de lanzamiento del 15 de septiembre, se volvió a enviar el anticipo a fines de agosto, y nuevamente a principios de septiembre a los medios que no habían abierto el correo electrónico. Su alcance se amplió en los canales de redes sociales del Convenio y organizaciones asociadas. Utilizando el anticipo como base de la discusión, se hizo un seguimiento de periodistas destacados por teléfono y correo electrónico. En total, fueron acreditados alrededor de 140 periodistas para el lanzamiento de la Perspectiva.

64. Del mismo modo, se involucró a importantes organizaciones no gubernamentales y otras organizaciones asociadas de la flotilla de Comunicaciones, y se realizó un esfuerzo en las redes sociales de múltiples asociados para informar y ampliar el alcance a grupos clave de interesados directos. Se complementó el anticipo con una versión en video para los canales de redes sociales. Se prepararon materiales de redes sociales para después del lanzamiento, como tarjetas con citas VIP y mensajes clave.

65. Una semana antes del lanzamiento, se pusieron todos los recursos mediáticos, conjuntamente con la Perspectiva completa y el Resumen para los Encargados de Formular Políticas, en una carpeta en línea disponible exclusivamente para los medios y ONG acreditados, con prohibición de publicarlos<sup>7</sup>.

66. Una semana antes del avance de la Perspectiva durante la sesión virtual para la 24ª reunión del Órgano Subsidiario de Asesoramiento Científico, Técnico y Tecnológico y el lanzamiento de la conferencia de prensa, se emitió el comunicado de prensa con prohibición de publicarlo, y comenzaron una serie de entrevistas con medios de comunicación clave y un pequeño grupo de portavoces, liderados por la Secretaria Ejecutiva, el Secretario Ejecutivo Adjunto, y Tim Hirsch, de la Infraestructura Mundial de Información sobre Biodiversidad, así como expertos de IPBES.

67. Al 24 de septiembre, se habían registrado un total de 2308 visitas en 32 idiomas, procedentes de 95 países. Las impresiones potenciales en línea alcanzaron un número de 8100 millones, sin incluir la

---

<sup>7</sup> <https://bit.ly/GBO5Media>

televisión, la radio y los periódicos impresos. La cobertura en redes sociales del lanzamiento del informe, amplificada por las organizaciones asociadas de la “flotilla” de Comunicaciones, fue extraordinaria, con más de 10.000 menciones en redes sociales (impresiones potenciales: 168 millones), incluidos más de 6900 tweets y retweets registrados entre el 15 y el 17 de septiembre.

68. Los canales de redes sociales de centenares de personas influyentes, como la Directora Ejecutiva del PNUMA, la Secretaria Ejecutiva de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC), y la ex Primera Ministra de Nueva Zelanda y Administradora de PNUD Helen Clark, así como celebridades como Ed Norton y Bianca Jagger. Entre el 1 y el 19 de septiembre, la Secretaría hizo 28 publicaciones relacionadas con la Perspectiva, entre ellas, 11 tweets en vivo durante el lanzamiento, y generó más de 450.000 impresiones.

## VIII. ELEMENTOS SUGERIDOS PARA UN PROYECTO DE RECOMENDACIÓN

69. El Órgano Subsidiario sobre la Aplicación tal vez desee adoptar una recomendación del siguiente tenor:

*El Órgano Subsidiario sobre la Aplicación,*

*Acogiendo con satisfacción* el trabajo de la Secretaria Ejecutiva en apoyo del Marco para una Estrategia Mundial de Comunicaciones<sup>8</sup>, según lo esbozado en la nota de la Secretaria Ejecutiva,

1. *Invita* a la Secretaria Ejecutiva a seguir trabajando en las actividades enumeradas en su nota<sup>9</sup> y a continuar ejecutándolas, en particular, apoyando las negociaciones y aplicación del Marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 en coordinación con los procedimientos del Grupo de Trabajo de Composición Abierta sobre el Marco Mundial de la Diversidad Biológica posterior a 2020;

2. *Recomienda* que la Conferencia de las Partes, en su 15ª reunión, adopte una decisión del siguiente tenor:

*La Conferencia de las Partes,*

1. *Pide* que se sigan realizando actividades adicionales en coordinación y complementariedad con una variedad de actividades de comunicación, como el programa de trabajo de comunicación, educación y concienciación pública, las disposiciones de promoción y sensibilización del Marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020, el Decenio de las Naciones Unidas sobre la Restauración<sup>10</sup> y la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible<sup>11</sup>;

2. *Pide* a la Secretaria Ejecutiva que coordine, configure y asegure recursos de comunicación suficientes para apoyar la gama de actividades de comunicación necesarias para una estrategia mundial de comunicaciones, coherente con las actividades y objetivos del Marco para los resultados operativos a medio plazo y otras iniciativas pertinentes de comunicación en el próximo bienio como, entre otras:

- a) La estrategia de comunicaciones integral que debería acompañar el Marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020, como se esboza en la decisión 14/34;
- b) El programa de trabajo en comunicación, educación y concienciación pública;
- c) Las comunicaciones institucionales para la Secretaría, como recursos para apoyar una utilización dinámica y creciente de las redes sociales, el apoyo a la difusión de los medios tradicionales, el

---

<sup>8</sup> Decisión [XIII/22](#).

<sup>9</sup> CBD/SBI/3/9.

<sup>10</sup> See General Assembly resolution [73/284](#).

<sup>11</sup> See General Assembly resolution [70/1](#).

trabajo continuado para rediseñar el sitio web, y la elaboración de campañas de comunicación nuevas y permanentes, como la del Decenio de las Naciones Unidas sobre la Restauración y las “Soluciones naturales para combatir el cambio climático”

- d) Trabajar con asociados importantes, como la “flotilla” de Comunicaciones, los convenios relacionados con la diversidad biológica, las secretarías de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático y la Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, el Departamento de Comunicaciones Mundiales, la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y el Fondo Mundial para la Naturaleza;

3. *Pide* a las Partes que movilicen suficientes recursos humanos y financieros previsibles para llevar a cabo estas tareas, como la coordinación con el Fondo para el Medio Ambiente Mundial.

---