



Convenio sobre la Diversidad Biológica

Distr.
LIMITADA

CBD/COP/15/L.23
18 de diciembre de 2022

ESPAÑOL
ORIGINAL: INGLÉS

CONFERENCIA DE LAS PARTES EN EL CONVENIO SOBRE LA DIVERSIDAD BIOLÓGICA

Decimoquinta reunión – Parte II
Montreal (Canadá), 7 a 19 de diciembre de 2022
Temas 9C y 13C del Programa

Comunicación

Proyecto de decisión presentado por la Presidencia

La Conferencia de las Partes,

1. *Adopta* la estrategia de comunicación en apoyo de la aplicación del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020, que se adjunta en el anexo a la presente decisión;
2. *Decide* renovar el mandato del Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública¹ hasta 2030, cuyos miembros designan las Partes, teniendo en cuenta el equilibrio regional y los pueblos indígenas y las comunidades locales, y velando por una representación continua de las organizaciones de jóvenes y otras organizaciones pertinentes.
3. *Pide* al Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública que a) siga ideando mensajes clave de la estrategia de comunicación orientados a la adopción de medidas que fundamenten y promuevan la actuación de todos los agentes, privados y públicos, b) revise la estrategia de comunicación a fin de armonizarla con la decisión 15/-- sobre el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020, y c) asesore a la Secretaría Ejecutiva con respecto a la implementación de la estrategia de comunicación de conformidad con el cronograma establecido en el anexo incluido más adelante;
4. *Alienta* a las Partes e *invita* a todas las partes interesadas a compartir y utilizar los mensajes de comunicación por medio de los canales de comunicación y los medios sociales pertinentes, especialmente los mensajes orientados a la adopción de medidas, a fin de fundamentar y promover la actuación de todos los agentes, privados y públicos, y a esforzarse por movilizar recursos humanos y financieros suficientes y previsibles para llevar a cabo dichas tareas;
5. *Invita* a otras organizaciones internacionales, empresas, a la sociedad civil y a otros interesados directos a respaldar la implementación de la estrategia de comunicación;
6. *Acoge con beneplácito* las iniciativas de las Partes, otros Gobiernos, pueblos indígenas y comunidades locales y partes interesadas, destinadas a fomentar un amplio apoyo del público a un sólido marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020;
7. *Pide* a la Secretaría Ejecutiva que:
 - a) organice, con sujeción a la disponibilidad de recursos, una reunión presencial del Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública en todos los periodos entre sesiones, y reuniones por medios virtuales, cuando proceda;

¹ Decisión VII/24, párrafo 4 ii); decisión VIII/6, párr. 9.

b) apoye la implementación de la estrategia de comunicación para el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020, con el asesoramiento del Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública;

8. *Pide asimismo* a la Secretaría Ejecutiva que, en la medida de los recursos disponibles, y en coordinación con las Partes y los interesados directos, apoye la gama de actividades de comunicación necesarias para las iniciativas siguientes en el próximo bienio:

a) continúe trabajando en las actividades enumeradas en su nota², en particular las celebraciones anuales del Día Internacional de la Diversidad Biológica, la Feria de CEPA, el desarrollo de los medios sociales y las plataformas de comunicación, a fin de colaborar con las partes interesadas y los asociados, y que continúe ampliando dichas actividades;

b) continúe formulando comunicaciones institucionales para la Secretaría, entre otras cosas, ampliando el apoyo a la utilización dinámica y creciente de las redes sociales, la difusión de los medios convencionales, el trabajo continuado para rediseñar el sitio web, y la creación de nuevas campañas de comunicación y el desarrollo de las existentes;

c) actualice el programa de trabajo en comunicación, educación y concienciación del público sobre el Convenio sobre la Diversidad Biológica en colaboración con el Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública, y elaborar nuevas orientaciones para la aplicación a nivel nacional, subnacional y local;

d) presente un informe sobre la marcha de las actividades a) y b) y el programa de trabajo actualizado en materia de comunicación, educación y concienciación del público acerca del Convenio sobre la Diversidad Biológica, para someter a consideración de la cuarta reunión del Órgano Subsidiario sobre la Aplicación y para su ulterior consideración por la 16ª reunión de la Conferencia de las Partes.

Anexo

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN APOYO DE LA APLICACIÓN DEL MARCO MUNDIAL DE LA DIVERSIDAD BIOLÓGICA POSTERIOR A 2020

I. ANTECEDENTES

1. En la decisión [14/34](#), la Conferencia de las Partes resolvió que el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 debería estar acompañado por una Misión para 2030 inspiradora y motivadora, como paso intermedio hacia la Visión 2050 de “Vivir en armonía con la naturaleza”, que estaría respaldada por una estrategia de comunicación coherente, integral e innovadora.

2. El presente documento establece la estrategia de comunicación para el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. Su finalidad es complementar el marco para una estrategia de comunicación aprobado en la decisión [XIII/22](#).

II. COMUNICACIÓN, ACCESO A LA INFORMACIÓN Y CONCIENCIACIÓN

3. En la Meta 1 de Aichi para la Diversidad Biológica, se destaca la importancia de la comunicación y la concienciación para alcanzar la Visión de la diversidad biológica para 2050: “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”. Como se señala en *La comunicación, educación y conciencia pública (CEPA): una caja de herramientas para personas que coordinan las estrategias y planes de acción nacionales sobre diversidad biológica*³, la concienciación del público es el “primer paso en el desarrollo de la comprensión y preocupación para ayudar a las personas a entender el problema y hacer que este sea parte del discurso público o sea colocado dentro de las prioridades nacionales”. A su vez, la educación

² CBD/SBI/3/9

³ <https://www.cbd.int/cepa-toolkit/cepa-toolkit-sp.pdf>.

“desarrolla la comprensión, clarifica los valores, promueve una conciencia en temas ambientales, motiva y desarrolla capacidades para actuar por el ambiente”.

4. Resulta evidente el avance durante la década que va de 2011 a 2020, tal como se informa, por ejemplo, en la quinta edición de la *Perspectiva Mundial sobre la Diversidad Biológica* y en el sistema de seguimiento de la sensibilización de la organización OntheEdgeConservation⁴. Otros informes e iniciativas recientes también muestran un aumento de la conciencia:

a) El “Barómetro de la Biodiversidad” de la Unión para el Biocomercio Ético (UEBT) observó que en el grupo central de los países estudiados⁵ el 78% de los encuestados dijeron haber oído hablar de la diversidad biológica, porcentaje mayor que el 67% de 2010⁶;

b) El reciente informe Un eco-despertar global de *The Economist Intelligence Unit*⁷ indica un drástico aumento en la cantidad de personas preocupadas por la pérdida de naturaleza. El mayor aumento en la preocupación se observa en las economías emergentes y en desarrollo.

5. El ritmo de crecimiento descrito en estos informes es heterogéneo, y no en todos los países se controla. Este aparente aumento de conciencia no se ha traducido en acciones suficientes para revertir la pérdida de diversidad biológica, tal como lo evidencia el no haber alcanzado las Metas de Aichi para la Diversidad Biológica. Los cambios requeridos para resolver el desafío de la pérdida de diversidad biológica hacen necesario que este incremento de la concienciación vaya acompañado de acciones de todos, sean encargados de la adopción de decisiones en el ámbito político, inversores, consumidores, empresarios, ciudadanos, educadores u otros.

6. Hay una exhaustiva evidencia que indica que ser consciente del problema de la pérdida de la biodiversidad no basta. Para conseguir los objetivos y las metas del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 y promover el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza se han diferenciado los mecanismos de apoyo, como la comunicación, en cada etapa y según los grupos destinatarios y sus circunstancias de vida (por ejemplo, los jóvenes, los encargados de tomar decisiones políticas, las personas vulnerables desde el punto de vista social, y las personas de ingresos altos). La comunicación debe utilizarse para reforzar más eficazmente las interrelaciones entre la diversidad biológica y la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible, destacando la importancia de abordar la dimensión social, económica y ambiental del desarrollo sostenible. Esto tiene consecuencias en cualquier estrategia de comunicación destinada a apoyar el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020.

7. La estrategia de comunicación deberá generar conciencia y activar cambios. Ha de diseñarse de manera tal que el contenido se construya gradualmente y que permita el intercambio de datos entre quienes despliegan la estrategia en el corto plazo, mientras realizan estudios y evaluaciones en el medio y largo plazo. Dicho proceso debería enfocarse en comprender mejor a los actores sociales, sus intenciones, actitudes y normas, así como sus creencias, percepciones y elecciones. El conocimiento resultante debería utilizarse para hacer un seguimiento de los progresos y ajustar la estrategia con el paso del tiempo.

8. El marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 representa una ocasión para renovar y actualizar la comunicación, a partir de los logros del Decenio de las Naciones Unidas sobre la Diversidad Biológica y en el contexto del Decenio de las Naciones Unidas de Acción para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La gestión de las comunicaciones requerirá un conocimiento y evaluación permanentes del estado de los logros del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020, y

⁴ <https://ontheedge.org/impact/sentiment-tracker>.

⁵ Alemania, Brasil, Estados Unidos de América, Francia y Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte.

⁶ <http://www.biodiversitybarometer.org/#uebt-biodiversity-barometer-2020>.

⁷ https://www.fint.awsassets.panda.org/downloads/an_ecowakening_measuring_awareness_engagement_and_action_for_nature_final_may_2021.pdf.

tendrá que reflexionar sobre la relación entre el cambio climático y la diversidad biológica. Este proceso facilitará la creación de contenido para la estrategia de comunicación. También dará continuidad y apoyo a las iniciativas corrientes y al control de los resultados.

III. ALCANCE Y PROPÓSITO DE LA ESTRATEGIA

9. La estrategia está pensada para ser aplicada a las iniciativas de comunicación de la Secretaría Ejecutiva, y como complemento de las iniciativas de comunicación de todos los demás, con inclusión de las Partes, los pueblos indígenas y las comunidades locales y los interesados directos, los actores del sistema de Naciones Unidas, etcétera, por las vías siguientes:

- a) Proporcionando una estructura para la coordinación y colaboración entre los actores pertinentes; siendo el objetivo una eficacia mayor y más amplia;
- b) Como guía inicial para orientar la formulación de estrategias específicas y planes de acción mundiales, regionales, nacionales y subnacionales por parte de los encargados de tomar decisiones políticas, los emprendedores sociales, los empresarios, la ciudadanía, los jóvenes y los pueblos indígenas y las comunidades locales, según corresponda, y
- c) como instrumento de promoción de la conciencia en respaldo de la conservación de la diversidad biológica, la utilización sostenible de sus componentes, y la participación justa equitativa en los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos, y el cambio transformador hacia la visión de la biodiversidad para 2050;

10. La estrategia de comunicaciones deberá implementarse y seguir formulándose de manera participativa, iterativa y flexible, con la asistencia de expertos en comunicación y otras disciplinas pertinentes, incluida una fuerte participación de los pueblos indígenas y las comunidades locales, las mujeres y la juventud. La formulación ulterior de la estrategia debería estar orientada, bajo la dirección de la Secretaría Ejecutiva, por el asesoramiento y las consultas a nivel internacional, que luego fundamenten las consultas posteriores. Durante las consultas, es tan importante la participación activa de los pueblos indígenas y las comunidades locales, los expertos en educación, los jóvenes y los representantes de diversos medios socioeconómicos y socioculturales, como lo es la necesidad de asegurar la incorporación plena de las consideraciones de las generaciones y entre generaciones, interculturales y de género. A nivel mundial, los ajustes de la estrategia, desde los inmediatos a los de largo plazo, se coordinarán por intermedio de un organismo de acceso abierto, que se describe más adelante.

11. La estrategia de comunicación deberá seguir sometiéndose a examen por la Conferencia de las Partes, con el asesoramiento del Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública, y de otros procesos pertinentes.

12. Los elementos para esa revisión serían los siguientes:

- a) Una reunión del Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública, que se celebraría después de la 15ª reunión de la Conferencia de las Partes, para elaborar los detalles finales de la estrategia mundial;
- b) Una evaluación bienal de las actividades que se hayan realizado, con el propósito de especificar las mejores prácticas, los cambios en la concienciación, el impacto y la eficacia, que será revisada por el Órgano Subsidiario sobre la Aplicación;
- c) Selección de nuevas áreas para la comunicación y el aprendizaje, o la necesidad de ajustar estrategias existentes;
- d) Seguimiento de la comunicación, la educación y las actividades de concienciación en comparación con el avance en las metas, los objetivos y la Misión para 2030;
- e) Selección de nuevos actores o asociados a los que aproximarse, y
- f) Especificación de necesidades de recursos.

13. Se invita a las Partes a comenzar a implementar los elementos del marco mundial de la diversidad biológica relativos a la comunicación de modo expeditivo. A tal fin, se invita a las Partes a integrar los componentes de comunicación en sus estrategias y planes de acción nacionales sobre la diversidad biológica (EPANB) al actualizarlos de conformidad con el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020, o a formular estrategias de comunicación nacionales o regionales que complementen los objetivos que se indican a continuación.

14. La tabla 1 esboza algunos de los cronogramas de las actividades contempladas en la estrategia.

Tabla 1. Cronograma de actividades

<i>Fecha</i>	<i>Secretaría Ejecutiva</i>	<i>Nivel nacional</i>
Tan pronto como sea posible, después de la 15ª reunión de la Conferencia de las Partes	Organizar un reunión del Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública (CEPA-IAC) para actualizar la estrategia actual y someterla a la consideración de la cuarta reunión del Órgano Subsidiario sobre la Aplicación, y para formular nuevas orientaciones para los niveles nacional, subnacional y local Crear un sitio web Convocar el mecanismo de coordinación informal para regular la coordinación Comunicar un documento de orientación voluntario	Alentar la creación de alianzas nacionales y subnacionales o fomentar las ya existentes, para llevar a cabo las actividades de la estrategia. Esforzarse, cuando proceda, por integrar las medidas pertinentes de la estrategia de comunicación en sus mecanismos de planificación y presentación de informes.
2022-2024	Crear asociaciones internacionales en apoyo de la estrategia	
Para la OSA-4, a negociar por la Conferencia de las Partes en su 16ª reunión (2024) ⁸	En colaboración con el Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública (CEPA-IAC) y otros actores pertinentes, hacer una revisión e informar sobre actividades y sus repercusiones, y continuar actualizando la estrategia, si fuera necesario	Esforzarse, cuando proceda, en integrar las acciones pertinentes de la estrategia de comunicación en sus mecanismos de planificación y presentación de informes.
Para la OSA-5, a negociar por la Conferencia de las Partes en su 17ª reunión (2026)	En colaboración con el Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública (CEPA-IAC) y otros actores pertinentes, hacer una revisión de mitad de la década e informar sobre las actividades y sus repercusiones, y actualizar la estrategia de comunicación en función de la orientación de la Conferencia de las Partes	Dar cuenta de las actividades en el séptimo informe nacional, si corresponde, durante el bienio, y compartir la información pertinente a través del mecanismo de facilitación, sitios web de mecanismos de facilitación nacionales con la herramienta Bioland y realizar los ajustes necesarios.
Para la OSA-6,	En colaboración con el Comité Asesor Oficioso	Esforzarse, cuando proceda, en

⁸Fechas tentativas que determinará la Conferencia de las Partes.

<i>Fecha</i>	<i>Secretaría Ejecutiva</i>	<i>Nivel nacional</i>
a negociar por la Conferencia de las Partes en su 18ª reunión (2028)	sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública (CEPA-IAC) y otros actores pertinentes, hacer una revisión e informar sobre las actividades y sus repercusiones y actualizar la estrategia de comunicación en función de la orientación de la Conferencia de las Partes	integrar las acciones pertinentes de la estrategia de comunicación en sus mecanismos de planificación y presentación de informes.
Para la OSA-7, a negociar por la Conferencia de las Partes en su 19ª reunión (2030)	Crear un informe final sobre las actividades, en particular, todo cambio observado en la percepción de la diversidad biológica para contribuir al segundo balance	Esforzarse, cuando proceda, en integrar las acciones pertinentes de la estrategia de comunicación en sus mecanismos de planificación y presentación de informes.

IV. OBJETIVOS

15. Las iniciativas de comunicación, educación y concienciación en el contexto de esta estrategia deben apoyar acciones de toda la sociedad hacia el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. En general, la estrategia tiene como finalidad apoyar la concreción no solo de la Misión para 2030, sino también la Visión 2050 para la Diversidad Biológica.

16. La divulgación, el conocimiento y la adopción del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 por todos los interesados directos es esencial para su implementación eficaz, entre otras cosas mediante lo siguiente:

a) Aumentando la comprensión, el conocimiento y la apreciación de las diferentes visiones y enfoques para lograr el desarrollo sostenible y los múltiples valores de la diversidad biológica, incluidos los sistemas de conocimiento asociados, y los valores y enfoques utilizados por los pueblos indígenas y las comunidades locales;

b) Creando conciencia en todos los actores de los objetivos y las metas del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 y los progresos logrados en su consecución de los objetivos y las metas;

c) Promoviendo o desarrollando plataformas y alianzas, incluido con los medios de comunicación y la sociedad civil, para intercambiar información sobre logros, lecciones aprendidas y experiencias en la adopción de medidas a favor de la diversidad biológica⁹.

17. En este contexto, lo que sigue es la descripción de los objetivos principales de la estrategia de comunicación:

Objetivo A – Aumentar la comprensión, el conocimiento y la apreciación de las diferentes visiones y enfoques para lograr el desarrollo sostenible y los múltiples valores de la diversidad biológica, incluidos los sistemas de conocimiento asociados, y los valores y enfoques utilizados por los pueblos indígenas y las comunidades locales

18. Este objetivo continúa apoyando el trabajo realizado con arreglo a la Meta 1 de Aichi durante la década previa, pero presenta importantes diferencias. Este objetivo requerirá el apoyo de algunas de las siguientes actividades para su concreción:

⁹ Estos párrafos deberán armonizarse con el texto final acordado de las decisiones pertinentes del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020.

- a) Reconocimiento de las diferentes visiones, planteamientos y sistemas de conocimientos – y la correspondiente sensibilización– en particular los de los pueblos indígenas y las comunidades locales referentes a la vida en armonía con la naturaleza y, como se reconoce en algunas culturas y países, con la Madre Tierra¹⁰;
- b) Creación de campañas de concienciación que muestren los valores de la diversidad biológica;
- c) Productos e investigación que integren y comuniquen los valores de la diversidad biológica representados en los conocimientos tradicionales y las prácticas de los pueblos indígenas y las comunidades locales;
- d) Apoyo a los proyectos de redes sociales y de películas que creen relatos y narrativas multimedia sobre la diversidad biológica y sus valores;
- e) Elaboración o distribución de contenidos educativos para instituciones de educación con la finalidad de contribuir a la divulgación de los valores de la diversidad biológica;
- f) Revisión de los planes de estudio para que incluyan valores de diversidad biológica y la importancia de una reconexión con la naturaleza, y
- g) Promoción de la reconexión con la naturaleza por medio de la educación formal e informal, en consonancia con las metas 4.7 y 12.8 de los ODS a fin de promover estilos de vida sostenibles y asegurar que las personas cuenten con la información pertinente y sensibilización acerca del desarrollo y los estilos de vida sostenibles en armonía con la naturaleza.

Objetivo B – Crear conciencia en todos los actores de los objetivos y las metas del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 y los progresos logrados en su consecución

19. La creación de conciencia debe estar vinculada con las transformaciones de las intenciones y las acciones. El objetivo mandata una amplia gama de acciones de comunicación para respaldar la visibilidad del marco de la diversidad biológica en todos los niveles, así como su pertinencia para todos los interesados directos. Asimismo, respalda los esfuerzos constantes para demostrar el progreso y para destacar la aplicación que sirva de inspiración para más acciones encaminadas a la Visión de la Diversidad Biológica para 2050.

20. Las comunicaciones también deben promover el apoyo a acciones adicionales relacionadas con aquellos objetivos y metas de acción del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 en los que no se haya avanzado lo suficiente. Las comunicaciones deberían fomentar la acción orientada a resultados apoyando los esfuerzos de manera positiva, advirtiendo respecto de las consecuencias del fracaso o mostrando maneras de emular acciones en otros dominios para favorecer el progreso con vistas a la Misión.

Objetivo C – Promover o desarrollar plataformas y alianzas de colaboración, en particular con los medios de comunicación, los educadores y la sociedad civil, para intercambiar información sobre logros, lecciones aprendidas y experiencias en la adopción de medidas en favor de la diversidad biológica

21. Los datos deberían estar disponibles en un formato al que los medios y los educadores, tanto tradicionales como en línea, puedan acceder con facilidad y luego procesar para artículos en los medios y recursos educativos. La colaboración con los medios de comunicación y los educadores que sean expertos en esta materia constituye una vía clave para avanzar. Las fuentes de los datos y la fundamentación de todos los indicadores deberían ser de fácil acceso y contar con explicaciones técnicas y no técnicas y enlaces a las discusiones del marco de seguimiento.

¹⁰ Véase la decisión XIII/29.

22. Las comunicaciones relacionadas con el elemento de seguimiento deberían ajustarse a los períodos de presentación de informes nacionales.

23. Debería alentarse a otros actores a publicar informes que respalden las lecciones aprendidas o los logros, si procede, en coordinación con la Secretaría Ejecutiva.

24. Convendría realizar acciones de comunicación conjuntas con el Diálogo Interactivo de la Asamblea General de las Naciones Unidas, con el fin de aumentar el alcance y la visibilidad del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020.

25. Conviene recurrir a la colaboración para promover y desarrollar formas de integrar la diversidad biológica al sistema educativo con el fin de equipar y empoderar a los estudiantes con los conocimientos, habilidades, valores y actitudes para actuar en favor de la diversidad biológica y el planeta, sobre la base de sinergias con las metas 4.7 y 12.8 de los ODS. Esto puede hacerse creando y promoviendo “ecosistemas de aprendizaje” que conecten a las familias, las escuelas, los actores de la comunidad, las instituciones públicas como zoológicos, acuarios, museos, jardines botánicos, bibliotecas y empresas y organizaciones no gubernamentales (ONG), que permitan la concreción de la conciencia y el conocimiento sobre la diversidad biológica en acciones en el terreno.

26. También es posible promover la acción transformadora personal y social en estudiantes de todas las edades proporcionándoles las herramientas para diseñar nuevos sistemas y formas de vida sostenibles. Es preciso coordinar el trabajo educativo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) para asistir en la colaboración con los educadores en entornos formales, informales y no formales.

Objetivo D –Demostrar la pertinencia del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 para la erradicación de la pobreza, el cambio climático, la degradación de las tierras, la salud humana, los derechos humanos, la equidad y el desarrollo sostenible

27. Las iniciativas de comunicación mostrarán las vinculaciones entre la diversidad biológica y una variedad de asuntos de gran importancia:

a) Los Objetivos de Desarrollo Sostenible. El vínculo estrecho del Convenio y su marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 con los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible¹¹ también constituirá un punto importante para la concreción de la sinergia en la formulación de los mensajes. La armonización estrecha de estas dos agendas hará posible un esfuerzo más directo, destacando la importancia de la utilización sostenible y del acceso y la participación en los beneficios para los esfuerzos de erradicación de la pobreza;

b) Cabrá formular mensajes sobre la relación entre el cambio climático y la diversidad biológica, y sobre las sinergias entre el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 y los compromisos contraídos en virtud de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, su Protocolo de Kyoto y del Acuerdo de París, en consonancia con sus respectivos mandatos. Los mensajes también incluirán enfoques del cambio climático basados en los ecosistema, acciones colectivas, incluidas las de las comunidades indígenas y locales, y

c) De forma similar, la estrategia deberá demostrar de qué manera las acciones llevadas a cabo en ejecución del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 contribuyen a la Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación. Se destacarán los enlaces con la neutralización de la degradación de las tierras y con los objetivos del Decenio de las Naciones Unidas sobre la Restauración de los Ecosistemas.

¹¹ Resolución [70/1](#) de la Asamblea General.

28. También deberá captarse la importancia de las áreas marinas y costeras, con inclusión de la sinergia con el Decenio de las Naciones Unidas de las Ciencias Oceánicas para el Desarrollo Sostenible¹² y la Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar, para la conservación y la utilización sostenible de la diversidad biológica marina de las zonas situadas fuera de la jurisdicción nacional.

29. La salud humana y la diversidad biológica también constituyen un área clave en que debe destacarse la contribución de la aplicación del marco, teniendo en cuenta los vínculos entre la salud y la diversidad biológica, incluida la contribución del enfoque de “Una sola salud” y otros enfoques holísticos.

30. Otra área para la formulación de mensajes son los derechos humanos y la biodiversidad, en particular, a partir de los elementos de la resolución A/RES/76/300, adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, sobre el derecho humano a un medio ambiente limpio, saludable y sostenible.

V. PÚBLICOS DESTINATARIOS

31. Dado que el público del Convenio es mundial, cabeseleccionar los segmentos de público, enlazar las comunicaciones con cada uno de ellos a los diferentes objetivos de la estrategia, y elaborar mensajes en consecuencia, tomando en cuenta las diferencias culturales en términos del tono y los elementos visuales. En el caso de los grupos de público que figuran a continuación, cabe destacar que se trata tanto de audiencias que reciben mensajes como grupos que transforman o transmiten los mensajes a otros grupos destinatarios secundarios.

32. Obsérvese que algunos de estos públicos son multiplicadores de los mensajes y que deberán adaptar la estrategia a sus necesidades. Otros públicos constituyen el objeto de actividades de comunicación.

A. Las Partes en el Convenio sobre la Diversidad Biológica y sus Protocolos y otros acuerdos ambientales multilaterales pertinentes

33. Los Gobiernos nacionales aplican el Convenio en el plano nacional y, por lo tanto, el trabajo de la Secretaría Ejecutiva para este público consiste en proporcionar herramientas para que los puntos focales del Convenio y sus Protocolos las utilicen a medida que formulan sus estrategias para llegar a los ministerios y departamentos gubernamentales y para conformar coaliciones de comunicación regionales y educativas. Lo anterior tiene como finalidad integrar la diversidad biológica al trabajo de otros sectores, como la educación formal, no formal e informal.

34. Los gobiernos subnacionales, las ciudades y otras autoridades locales que planifican, coordinan, regulan, hacen el seguimiento y ejecutan patrones de producción y consumo deberán cumplir las metas de diversidad biológica establecidas en el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. Es en el plano local donde los gobiernos subnacionales y otras autoridades locales, incluidas las ciudades, tienen la capacidad demostrada de llevar a cabo la aplicación y garantizar los cambios transformadores. Constituyen un público importante y al mismo tiempo también transmiten información a sus habitantes.

35. Las Partes deberían dar forma a versiones nacionales de las actividades de comunicación y educación para respaldar el acceso a la información y la concienciación acorde con las políticas necesarias para implementar el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 en el plano nacional. Por lo tanto, la formulación de los mensajes y la estructura deberán ajustarse a las prioridades nacionales.

B. Públicos especializados del Convenio

36. Si bien las Partes constituyen el foco principal del Convenio, existe una serie de otros actores e interesados directos que desempeñan funciones de apoyo para las Partes o que también tienen un papel discreto que jugar en la aplicación del Convenio. Como tales actores no son Partes en el Convenio, las

¹²Véase el párrafo 292 de la resolución 72/73 de la Asamblea General.

comunicaciones dirigidas a ellos deberán ser de otra naturaleza. Al mismo tiempo, cuando esos actores lleven a cabo actividades de apoyo a nivel nacional o regional, pueden ser incluidos en estas campañas.

37. Los colaboradores del sistema de las Naciones Unidas que participan en el trabajo del Convenio, así como otras organizaciones regionales, también revisten importancia. Estos actores no solo transmitirán el trabajo del Convenio a otros, sino que también aprovecharán la oportunidad para promover su propio trabajo y su pertinencia para la agenda de desarrollo sostenible. Se pueden extraer lecciones de anteriores campañas de las Naciones Unidas como #GeneraciónRestauración, #OcéanosLimpios, #NoElijasLaExtinción, etc. Se invitará al Departamento de Comunicación Global de las Naciones Unidas a crear un grupo de comunicación sobre la diversidad biológica, que trabajará con la Secretaría Ejecutiva para coordinar las comunicaciones a lo largo y ancho del sistema. También se invitará a la División de Comunicaciones del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) a crear un punto focal específico para la comunicación. Se invitará a la UNESCO a aportar sus conocimientos especializados en educación, ciencia y cultura.

38. Los acuerdos ambientales multilaterales, tanto los que están directamente relacionados con la diversidad biológica como los que tratan de otras cuestiones, serán importantes multiplicadores y lugares de coordinación. Con este fin, se debería invitar al Grupo de Enlace Mixto y al Grupo de Enlace de los Convenios Relacionados con la Diversidad Biológica¹³ para asegurar que la comunicación constituya un tema permanente de sus agendas anuales.

39. Los museos de historia natural y ciencia, los jardines botánicos y las áreas protegidas nacionales, así como los zoológicos y los acuarios, son otros grupos cuyo trabajo es fundamental para el Convenio en términos de las acciones específicas de conservación, la investigación y la generación de conciencia sobre la diversidad biológica. Congregar a todas estas instituciones y organizaciones, así como a centros de investigación y universidades, centros de visitantes de reservas naturales y áreas protegidas y museos ayuda a mostrar la importancia de la naturaleza para la humanidad.

40. Las grandes organizaciones no gubernamentales internacionales que tienen secciones nacionales también son interesados directos importantes para el trabajo. Pueden retransmitir los mensajes de la estrategia y pueden proporcionar modelos de referencia para promover buenas prácticas en relación con la conservación, la utilización sostenible y la participación equitativa en los beneficios. La Secretaría y las Partes en el Convenio tienen una larga trayectoria de trabajo con tales organizaciones.

41. El sector financiero y el empresarial constituyen un público destinatario importante de las iniciativas de comunicación. Como usuarias de peso de la diversidad biológica y los servicios de los ecosistemas cuyo funcionamiento tiene efectos directos e indirectos en la diversidad biológica, la capacidad de las empresas para apoyar el consumo y la producción sostenibles será fundamental para el logro de los objetivos del Convenio. En este contexto:

- a) El vínculo entre la conservación de la diversidad biológica y la utilización sostenible para los criterios ambientales, sociales y de gobernanza es importante;
- b) Una base sólida para la comunicación es el ejemplo del sector empresarial y financiero en lo que respecta a la acción en materia de diversidad biológica;
- c) El papel de las empresas como usuarias de recursos genéticos en el contexto del Protocolo de Nagoya sobre acceso y participación en los beneficios también constituye un elemento sustancial, y

¹³ El Convenio sobre la Diversidad Biológica, la Convención sobre la Conservación de las Especies Migratorias de Animales Silvestres, la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres, el Tratado Internacional sobre los Recursos Fitogenéticos para la Alimentación y la Agricultura, la Convención de Ramsar sobre los Humedales, la Convención del Patrimonio Mundial, la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria y la Comisión Ballenera Internacional.

d) Las iniciativas existentes lideradas por empresas, las asociaciones empresariales, las coaliciones y redes constituirán multiplicadores fundamentales para llegar a estos públicos.

42. Las organizaciones mundiales, regionales y nacionales que se ocupan o están a cargo de la educación y el aprendizaje, como la educación ambiental, la educación para la sostenibilidad, la educación sobre la naturaleza, la educación para la conservación y la utilización sostenible y la educación mundial, desempeñan un papel fundamental en el aprendizaje. Por lo tanto, las organizaciones educativas, desde las escuelas hasta las universidades, pero también las instituciones de educación permanente y continua, las autoridades y los encargados de la adopción de decisiones en la educación constituyen interesados directos de importancia en el logro de los objetivos del Convenio.

C. Pueblos indígenas y comunidades locales

43. Es muy importante trabajar con los pueblos indígenas y las comunidades locales para asegurar la comunicación de su papel en la conservación y utilización sostenible de la diversidad biológica, reconocer diferentes visiones y planteamientos en relación con la naturaleza y la Madre Tierra, según proceda, y mostrar cómo sus actividades contribuyen a la aplicación del Convenio y de otros convenios relacionados con la diversidad biológica basándose en sus propios sistemas de conocimiento. A este respecto, la comunicación debería permitir a los pueblos indígenas y las comunidades locales divulgar sus percepciones de la naturaleza y la Madre Tierra, y destacar sus conocimientos tradicionales y prácticas en relación con la conservación de la diversidad biológica en el contexto de la aplicación regional y nacional del Convenio.

44. El trabajo de los pueblos indígenas y las comunidades locales también debería ser considerado una fuente importante de prácticas y abordajes educativos de la conservación y el uso sostenible de la diversidad biológica, y la participación justa y equitativa en los beneficios derivados de la utilización de los recursos genéticos. A este respecto, la comunicación debería procurar celebrar, promover y comunicar las diferentes visiones y planteamientos, los sistemas de conocimientos tradicionales relacionados con la conservación y la utilización sostenible de la diversidad biológica a nivel nacional, regional y mundial, incluido vivir bien y en armonía con la Madre Tierra. Ello debería hacerse en coordinación con los representantes de los pueblos indígenas y las comunidades locales y mediante consultas con miras a obtener el consentimiento previo y fundamentado, el consentimiento libre, previo y fundamentado o la aprobación y participación de los pueblos indígenas y las comunidades locales, y con respeto por los términos de uso de la totalidad de los conocimientos y prácticas tradicionales.

45. En este sentido, las estrategias mundiales y nacionales deberían trabajar para desarrollar componentes de esta estrategia, como herramientas y mensajes que puedan traducirse a las lenguas y contextos indígenas y locales.

D. Las mujeres

46. Dado que las mujeres son interesadas directas clave en la conservación y la utilización sostenible de los recursos, debería prestarse especial atención a la incorporación de la perspectiva de género en todas las instancias de participación. El trabajo en la estrategia de comunicación debería complementar y basarse en el plan de acción de género posterior a 2020 en el marco del Convenio sobre la Diversidad Biológica, de acuerdo con la decisión 15/--. La Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU-Mujeres) es un actor importante con el que se puede establecer una colaboración y coordinación en el plano internacional. En este sentido, las consideraciones de género deben integrarse en todos los materiales y mensajes.

E. Los jóvenes

47. Los jóvenes, así como sus organizaciones y representantes, constituyen un público fundamental y son socios potentes en la creación y realización de las actividades de una estrategia de comunicación. Se puede llegar a estos importantes actores a través del trabajo con las actividades de todo el sistema de las

Naciones Unidas relacionadas con la juventud, como YOUNGO¹⁴, de la Red Global de Biodiversidad Juvenil y sus secciones nacionales, y a través de otras iniciativas, como el Decenio de las Naciones Unidas sobre la Restauración de los Ecosistemas y el Grupo Consultivo Juvenil sobre Cambio Climático de la Secretaría General de las Naciones Unidas.

F. El público

48. Si bien es cierto que el público de las comunicaciones es mundial y debería abarcar a todos, también resulta claro que la noción de una audiencia única destinataria de todos los mensajes es demasiado simplista y oculta algunas diferencias importantes entre los diversos segmentos del público. El denominado público está constituido por diversos segmentos de audiencia que se distinguen por país, cultura, género, nivel socioeconómico, educación, experiencia, edad e idiomas. Cada uno de ellos requiere un enfoque específico.

49. La segmentación más importante del público sigue siendo a nivel nacional. La comprensión de la diversidad biológica, las funciones medioambientales y los servicios de los ecosistemas y su importancia para el público en general está muy influida por las circunstancias nacionales y subnacionales y las “narrativas” nacionales sobre las personas y la naturaleza y sobre cómo la diversidad biológica les aporta valores. Por lo tanto, los intentos de atraer el interés del público deben hacerse a nivel nacional, sobre la base de una narrativa global.

50. Las campañas de concienciación, la educación y los medios (radio, televisión, prensa y, en particular, las redes sociales) constituyen formas relevantes de llegar al público. En este sentido, los medios deberían considerarse como un multiplicador y un canal, como se indica más adelante.

51. Cabe lograr la participación del sector artístico y cultural para estimular nuevas formas de creatividad e imaginación humana que puedan promover el tipo de cambio transformador que se necesita. El arte y los nuevos paradigmas culturales pueden convertirse en potentes herramientas para la transformación de intenciones.

G. Los medios de comunicación

52. Las diversas plataformas, organizaciones y representantes de los medios son fundamentales. Es preciso abordar los medios de todas las regiones. Debe captarse el interés de las grandes agencias de noticias, las cadenas nacionales de periódicos y los conglomerados mediáticos de gran envergadura. Sería aconsejable explorar las asociaciones con los medios en el plano nacional e internacional. El trabajo de estas asociaciones podría incluir la creación de un paquete de reportajes y cápsulas informativas periódicos y la creación de una biblioteca compartida de videos “B-roll”, con derechos de uso libre.

53. La colaboración con asociaciones de periodistas que se enfocan en la diversidad biológica y otras cuestiones ambientales debería ser prioritaria, con inclusión de la Red de Periodismo de la Tierra y la Sociedad de Periodistas Ambientales. En el trabajo con los periodistas, debe hacerse especial hincapié en la colaboración con los periodistas que representan a los pueblos indígenas y las comunidades locales, la juventud y las mujeres.

54. Además de las agencias de noticias, debería explorarse la posibilidad de trabajar con las organizaciones de producción de películas y televisión. Sería aconsejable trabajar para promover la producción de películas para televisión y plataformas de *streaming* que destaquen los diferentes problemas dentro del marco mundial de la diversidad biológica. A cambio de la cobertura, se puede autorizar a las agencias a utilizar la imagen de marca del marco mundial de la diversidad biológica. Deberían explorarse las productoras internacionales importantes, como Amazon, BBC Natural History, Disney Nature, Icon Productions, National Geographic y Netflix. Asimismo, habría que acercarse a las productoras regionales, entre otras.

¹⁴<https://youngoclimate.org>.

55. Debería alentarse la realización de festivales de cine en todo el mundo. Jackson Wild (antes, Jackson Hole Wildlife Film Festival), International Wildlife Film Festival y Wildscreen podrían tener películas sobre el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. Asimismo, se debería alentar la creación de categorías de películas relacionadas con las acciones de apoyo a la naturaleza en otros festivales internacionales y regionales de todas las regiones de las Naciones Unidas. Debería considerarse también la posibilidad de celebrar un festival de cine en cada reunión de la Conferencia de las Partes. Por último, debería manejarse la idea de celebrar un festival de cine que coincida con las celebraciones anuales del Día Internacional de la Diversidad Biológica.

VI. IMAGEN DE MARCA

56. El marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 debería ir acompañado de una imagen de marca mundial clara que pueda extenderse a otros contextos (nacional, subnacional, local) con términos sencillos de uso y concesión de licencias. Dicha imagen de marca puede presentarse de acuerdo con las dimensiones de la voz, la identidad, la promesa, los valores y el posicionamiento de marca, según se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Elementos de la imagen de marca

Voz	El marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 constituye el esfuerzo y los deseos de la comunidad mundial de hacer realidad un futuro de vida en armonía con la naturaleza.
Identidad	El aspecto visual, como la paleta, el logotipo, las fuentes y las reglas visuales, deberá reflejar la voz y la variedad de la vida, así como incluir representaciones humanas y adaptarse a las preferencias culturales. La identidad debería utilizarse durante el período de aplicación del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020.
Promesa	La Visión de la Diversidad Biológica para 2050 y la Misión para 2030 representan la promesa de la marca.
Valores	Los valores de la marca reflejarán los objetivos del Convenio y los principios de las Naciones Unidas.
Destinatarios	Dado que el alcance global del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 es mundial, deberá haber articulaciones específicas de la marca para los diversos públicos.
Posicionamiento	El marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 se presentará como un marco pertinente para múltiples iniciativas sobre la diversidad biológica, que apoya la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible, el Decenio de las Naciones Unidas de Acción para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el Decenio de las Naciones Unidas sobre la Restauración de los Ecosistemas, los convenios relacionados con la diversidad biológica, la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático y la Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación

57. La creación de la marca se realizará con posterioridad a la adopción del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. Será dirigida por la Secretaría Ejecutiva, en consulta con el Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública (CEPA-IAC), el Departamento de

Comunicaciones Mundiales de las Naciones Unidas, la División de Comunicaciones del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y el mecanismo de coordinación de acceso abierto que se esboza más adelante. En este caso, sería aconsejable contratar a una empresa de marketing con alcance mundial.

VII. MECANISMO DE COORDINACIÓN DE ACCESO ABIERTO, Y CANALES Y MULTIPLICADORES

58. Mientras que las grandes líneas de la estrategia estarán bajo examen de acuerdo con los mandatos esbozados anteriormente en la sección III, la mejor manera de llevar a cabo la aplicación de la estrategia de comunicación en el plano mundial será mediante un mecanismo de coordinación de acceso abierto. Un mecanismo así necesita un bajo costo de participación, con miembros libres de participar en algunos elementos y no en otros. El principio de acceso abierto debería regir los productos compartidos por el grupo, siendo elementos importantes la inclusión, la transparencia y la neutralidad.

59. La participación en el mecanismo será voluntaria y estará abierta a todos los actores que se comprometan con la participación transparente y con la adhesión al principio de trabajo de acceso abierto, y que contribuyan a la aplicación del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. Se alienta a los representantes de los Gobiernos nacionales y subnacionales a participar, al igual que a los representantes de organizaciones intergubernamentales, organizaciones no gubernamentales y otros actores de la sociedad civil, las empresas, los jóvenes, los pueblos indígenas y las comunidades locales y las mujeres. El mecanismo no tendrá facultades formales de toma de decisiones.

60. En el plano nacional, las Partes serán libres de crear mecanismos según corresponda. Estos mecanismos deberían ser inclusivos y transparentes, y deberían asegurar la participación plena y efectiva de todos los actores e interesados directos pertinentes, con inclusión de los pueblos indígenas y las comunidades locales, los jóvenes y las mujeres.

A. Redes sociales

61. La estrategia deberá aprovechar las redes sociales existentes y las nuevas tecnologías. No tiene sentido hacer una lista exhaustiva de las tecnologías que se utilizarán, dado que las plataformas varían de región a región y que el ritmo del cambio en el campo de las redes sociales es tal que algunas plataformas se vuelven obsoletas con el tiempo. No obstante, la puesta en práctica de esta estrategia debería procurar incorporar las plataformas y tecnologías más actualizadas, incluso por medio de alianzas con empresas. Es preciso tener en cuenta la seguridad de los datos y la protección de la totalidad de los derechos a la privacidad de los usuarios, de acuerdo con lo establecido en las diferentes legislaciones.

62. Deberá crearse, para cada plataforma, una lista de *hashtags* acordados y etiquetas comunes para agrupar conversaciones adecuadamente en apoyo del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. Estos *hashtags* y etiquetas deberían ajustarse a la casa de mensajes, esbozada anteriormente, y traducirse a otros idiomas. La lista debería crearse en la primera reunión de coordinación, inmediatamente después de la 15ª reunión de la Conferencia de las Partes.

63. Sería aconsejable asegurar asociaciones con organizaciones de redes sociales como Google, Meta, WeChat, Weibo, Twitter y LinkedIn con el objetivo de destacar los mensajes y el progreso del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 en campañas y otras promociones.

B. Eventos

64. Los eventos representan oportunidades importantes para las comunicaciones, ya que en ellos se pueden hacer llegar mensajes a una variedad de públicos, en un entorno en el que suelen estar presentes muchos medios de comunicación y que resulta de interés para una diversidad de comunidades. Entre dichos eventos cabe mencionar, entre otros, las reuniones de los siguientes organismos:

- a) la Conferencia de las Partes en el Convenio sobre la Diversidad Biológica;

- b) la Conferencia de las Partes en el Convenio Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático;
- c) la Conferencia de las Partes en la Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación;
- d) la Comisión Oceanográfica Intergubernamental de la UNESCO;
- e) la Conferencia de las Partes en otros convenios relacionados con la diversidad biológica;
- f) la Plataforma Intergubernamental Científico-normativa sobre Diversidad Biológica y Servicios de los Ecosistemas (IPBES);
- g) la Asamblea General de las Naciones Unidas;
- h) el Foro Político de Alto Nivel sobre el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas;
- j) la Asamblea de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente;
- k) el Foro Económico Mundial, y
- l) el G7 y el G20.

65. Los eventos nacionales que pueden estar relacionados con la agenda de la diversidad biológica, pero que tienen su propia identidad, representan importantes oportunidades de comunicación. Las celebraciones culturales nacionales o las conmemoraciones de la independencia también podrían utilizarse para mostrar los vínculos entre la diversidad biológica y la identidad nacional.

66. Los días internacionales de las Naciones Unidas y otros días, además, representan eventos significativos durante los que se puede destacar y celebrar el trabajo del Convenio. Los mensajes concernientes a estos días internacionales deberían concordar de forma tal de mostrar cómo la aplicación del Convenio puede contribuir a los objetivos de cada uno de ellos. Entre los días más importantes que se deben considerar, se encuentran los siguientes: Día Mundial de los Humedales, Día Mundial de la Vida Silvestre, Día Mundial del Agua, Día Internacional de los Bosques, Día Internacional de la Mujer, Día Mundial de la Salud, Hora del Planeta, Día Mundial de los Océanos, Día de la Tierra, Día Internacional de la Madre Tierra, Día del Sobregiro de la Tierra, Día Mundial del Medio Ambiente, Día Mundial de Lucha contra la Desertificación y la Sequía, Día Mundial de las Ciudades, Día Mundial del Suelo, y Día Mundial de la Alimentación.

67. El Día Internacional de la Diversidad Biológica, que se celebra el 22 de mayo de cada año, debería constituir un evento muy importante para la comunicación. Con la orientación del tema elegido por la Secretaría Ejecutiva, los actores nacionales deberían aprovechar el día como una oportunidad para articular las visiones y respuestas nacionales.

C. Campeones, Mensajeros de la Paz y Embajadores de Buena Voluntad

68. Debería crearse un programa de Campeones del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 que celebre los logros y acciones inspiradoras en apoyo del marco. Este programa debería conceder premios, por ejemplo, a personas, jóvenes, organizaciones, empresas y gobiernos, que podrían anunciarse una vez al año el Día Internacional de la Diversidad Biológica. Sería preciso seleccionar un patrocinador que pudiera ofrecer recursos financieros para el premio, como un socio mediático mundial. Los premios serían otorgados siguiendo las recomendaciones de un grupo de expertos integrado por representantes de PNUMA, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), PNUD, IPBES, el Foro Económico Mundial, entre otros, y la Secretaría Ejecutiva. Las nominaciones serían entregadas a la Secretaría Ejecutiva.

69. Se debería invitar a las Naciones Unidas a que nombraran a un Mensajero de la Paz para el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020, y que también designaran Embajadores de Buena Voluntad por cada una de las regiones de las Naciones Unidas en apoyo del marco mencionado. Estos embajadores apoyarían y darían mensajes respecto del marco de la diversidad biológica.

D. Sitio web en apoyo del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020

70. Debería establecerse un sitio web específico, con una URL e identidad exclusivas en consonancia con la imagen de marca antedicha, que se diferenciara del sitio web principal del Convenio con el objetivo de llegar a un público mundial. Este sitio debería reflejar las iniciativas para captar públicos y redirigirlos a los recursos más adecuados a sus necesidades. El sitio web estaría intervencionalizado con campañas coincidentes en redes sociales.

71. Esto requeriría un enfoque temprano y permanente en la optimización de motores de búsqueda, accesibilidad, armonización de campañas en redes sociales, análisis e interoperabilidad bidireccional con otras fuentes de información dentro del Convenio (principal sitio web del Convenio, mecanismos de facilitación a nivel nacional y central, y otros), por medio de InforMEA y con socios institucionales y temáticos. Puede ser necesario elaborar listas de correo específicas de cada país.

72. Este sitio web también puede servir como centro mediático para la reutilización de material de comunicación como, entre otros, recursos públicos y específicos de socios. Estos recursos también pueden incluir enlaces a exhibiciones de museos, jardines botánicos y zoológicos y acuarios.

VIII. MENSAJES PRINCIPALES

73. Los mensajes para el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 deben ser coherentes con los mensajes ya existentes, en consonancia con la decisión XIII/22. Esto incluye los mensajes acerca de la Visión de la Diversidad Biológica para 2050, la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible, el Decenio de las Naciones Unidas sobre la Restauración de los Ecosistemas, el Decenio de las Naciones Unidas de Acción para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y el Decenio de las Naciones Unidas de las Ciencias Oceánicas para el Desarrollo Sostenible, las conclusiones de la 5ª edición de la *Perspectiva Mundial sobre la Diversidad Biológica*, la 2ª edición de las *Perspectivas Locales sobre la Diversidad Biológica* y los mensajes en general para el Convenio.

74. Los mensajes deben basarse en la evidencia, tener credibilidad científica y hacer uso del trabajo de IPBES y sus evaluaciones mundiales, entre otros. También deben ser coherentes con diferentes sistemas de conocimientos, incluidos los sistemas de conocimientos tradicionales pertinentes de los pueblos indígenas y las comunidades locales.

75. Los mensajes deben adaptarse y traducirse a las lenguas indígenas y locales, con recursos destinados a ello.

76. La comunicación de la importancia de la concienciación y el cambio para promover el desarrollo sostenible y los estilos de vida armoniosos con la naturaleza será un elemento fundamental para complementar la implementación de marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. Para fomentar el cambio transformador, los mensajes principales tendrán en cuenta la evidencia científica, a nivel nacional, también podrán abordar las normas, las actitudes y las opciones de consumo.

77. Los elementos para la formulación de mensajes serán los siguientes:

a) En general, los mensajes deberían comunicar elementos generales sobre las conexiones de las personas con la diversidad biológica, y mostrar cómo las personas están conectadas con la diversidad biológica en casi todos los aspectos de su vida;

b) Los mensajes deberían promover la acción inmediata para detener la pérdida de la diversidad biológica, así como alentar la acción de los interesados directos en el contexto del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 como medio de alcanzar este objetivo¹⁵;

¹⁵ Este texto deberá alinearse con la redacción final acordada en la decisión de la COP 15 sobre el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020.

c) Los mensajes también deberían resaltar el horizonte de más largo plazo, como la Visión de la Diversidad Biológica para 2050¹⁶ y la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, e incluir los nexos con las metas relacionadas con el medio ambiente;

d) La importancia de aplicar un enfoque basado en los derechos humanos para hacer realidad la Visión de la Diversidad Biológica para 2050;

e) Además, los mensajes deberían vincular los objetivos del marco con las prioridades específicas del desarrollo nacional, así como con los roles importantes de los gobiernos locales y subnacionales en el cumplimiento de dichas prioridades, demostrando cómo para lograr el desarrollo sostenible en el plano nacional se requiere integrar la diversidad biológica a estas actividades;

f) Los mensajes y campañas específicos deberían tener en cuenta los valores del público destinatario, y deberían expresar la diversidad biológica y las acciones para conservarla y utilizarla de manera sostenible en el contexto de dichos valores. Por lo tanto, la investigación del público constituye un elemento fundamental en la adaptación de cualquier mensaje;

g) Los mensajes deben traducirse a las lenguas indígenas y locales, teniendo en cuenta el contexto social y cultural en el que se encuentran esas lenguas;

h) Los mensajes deben incluir la perspectiva de género y estar en consonancia con los principios del plan de acción de género;

i) La estructura de mensajes que figura en la tabla 3 a continuación tiene como finalidad sugerir la dirección de los mensajes. Se sugiere que todos los actores utilicen un conjunto global de mensajes genéricos que se puedan aplicar a la movilización pública y a las campañas de sensibilización;

j) Los mensajes para sectores determinados se adaptarán a los públicos específicos. Serán desarrollados por organizaciones que están en contacto con tales sectores, y

k) La estructura de los mensajes también observará el principio de campaña de “acceso abierto”, que mantiene los mensajes centrales, pero que además permite que diferentes organizaciones los adapten a su propia marca. Asimismo, estos mensajes están ideados para tener una iteración pensada para los planos nacional y subnacional;

l) Se invita a las Partes, los gobiernos subnacionales, las ciudades y los gobiernos locales y otras organizaciones pertinentes a organizar talleres nacionales para la creación de mensajes.

Tabla 3. Temas para la formulación de mensajes

Mensaje general: Actuando en favor de la naturaleza y la diversidad biológica, todos podemos crear un mundo justo, más saludable y sostenible		
Tema general	Mensaje público	Mensaje de política
Hemos de detener e invertir la pérdida de diversidad biológica y asegurar un desarrollo sostenible para todos.	Por determinarse (TBD)	TBD
La naturaleza/la diversidad biológica es esencial para nuestra supervivencia en el planeta. Es importante para nuestra prosperidad, felicidad y bienestar, y para el desarrollo sostenible.	TBD	TBD
La naturaleza/la diversidad biológica tiene valor intrínseco, así como otros múltiples valores.	TBD	TBD

¹⁶ Decisión [X/2](#) de la Conferencia de las Partes.

Mensaje general: Actuando en favor de la naturaleza y la diversidad biológica, todos podemos crear un mundo justo, más saludable y sostenible

Tema general	Mensaje público	Mensaje de política
La crisis de la naturaleza/la diversidad biológica plantea una amenaza para la humanidad y debe abordarse con urgencia y de forma coherente.	TBD	TBD
Los enfoques de bioinnovación respecto de la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad son fundamentales para apoyar las iniciativas de erradicación de la pobreza.	TBD	TBD
La protección de la naturaleza no debería dejar a nadie atrás.	TBD	TBD
El mundo necesita cooperar para hacer frente a la pérdida de naturaleza.	TBD	TBD
La acción en favor de las personas es la base de la acción en favor de la diversidad biológica.	TBD	TBD
Los planes que afecten el futuro de nuestro planeta deben ser justos, inclusivos y equitativos.	TBD	TBD
Las economías y sociedades necesitan un cambio transformador para lograr el desarrollo sostenible y estilos de vida en armonía con la naturaleza.	TBD	TBD
Nuestra relación con la naturaleza y/o con la diversidad biológica puede aumentar el riesgo de infecciones y la propagación de enfermedades de origen zoonótico.	TBD	TBD
Se requieren medidas inmediatas para proteger la salud de las personas y el planeta.	TBD	TBD
Todos somos responsables de nuestras acciones para proteger el planeta.	TBD	TBD
Vivir bien y en armonía con la Madre Tierra, para la conservación y la utilización sostenible de la diversidad biológica	TBD	TBD

IX. MEDIR EL PROGRESO

78. La evaluación del progreso de la estrategia debe vincularse con el progreso en el logro de los objetivos y las metas del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020, así como con los criterios de medición tradicionales del alcance y los efectos. Debe captar también los cambios importantes en el tiempo, y examinar el avance hacia la disponibilidad de información de interés, y hacia un mayor grado de conciencia y de voluntad de actuar en favor de la diversidad biológica.

A. Campañas y alcance de los medios

79. En el plano mundial, los asociados del mecanismo de coordinación deberían informar a la Secretaría Ejecutiva de los resultados de las campañas y de la difusión en los medios de comunicación

(incluidas las redes sociales). Las iniciativas pueden recogerse en una herramienta de recopilación de datos, tales como People for our Planet Aggregator¹⁷.

80. En el plano nacional, las Partes en el Convenio deberían además reunir los datos antes citados a fin de incluirlos en sus respectivos informes nacionales.

B. Vínculo con las metas

81. La estrategia comunicará los avances en la aplicación del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 utilizando el conjunto de indicadores acordado en el marco de seguimiento y presentación de informes. Se desarrollarán formas innovadoras y multicanal de comunicar la información, con modalidades adecuadas para las diferentes Partes.

82. Los informes presentados por otros organismos y organizaciones también deberían dar difusión adicional a los avances. El *Informe Planeta Vivo*, del Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), las publicaciones del Foro Económico Mundial, el *Informe sobre Desarrollo Humano*, publicado por el PNUD, y las *Perspectivas del Medio Ambiente Mundial*, del PNUMA, podrían dedicar números a los resultados del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020.

X. RECURSOS

83. Se necesitarán recursos en el plano nacional y para apoyar a la Secretaría Ejecutiva, con especial atención a las necesidades de los países en desarrollo, especialmente los pequeños Estados insulares en desarrollo y las economías en transición. El nivel requerido se determinará a medida que se vaya elaborando la estrategia de comunicación.

¹⁷<https://www.cbd.int/article/people-for-our-planet-aggregator>