|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Macintosh HD:Users:bilodeau:Desktop:logos:template 2017:un.emf |  | **CBD** |
|  | Distr.GENERALCBD/SBI/3/4/Add.1/Rev.11 de diciembre de 2021ESPAÑOLORIGINAL: INGLÉS |

ÓRGANO SUBSIDIARIO SOBRE LA APLICACIÓN

Tercera reunión (reanudación)

Lugar y fechas por determinarse

Tema 5 del programa

# Comunicación para el Marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020

*Nota de la Secretaria Ejecutiva*

# ANTECEDENTES

1. En la decisión[14/34](https://www.cbd.int/doc/decisions/cop-14/cop-14-dec-34-es.pdf), 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 el marco para desarrollar esta estrategia de comunicación. Su finalidad es reemplazar el marco para una estrategia de comunicación aprobado en la decisión [XIII/22](https://www.cbd.int/doc/decisions/cop-13/cop-13-dec-22-es.pdf). La presente versión fue revisada por el Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública (CEPA-IAC) y por expertos en comunicación integrantes de la “flotilla de la comunicación sobre la diversidad biológica”, con inclusión de representantes de diversos interesados directos en el área de políticas de diversidad biológica.

3. El documento comienza con una breve presentación sobre la relación entre el cambio de comportamiento y la comunicación y un esbozo de los elementos de la estrategia. La estrategia definitiva se ajustará con arreglo al texto final que se acuerde para el Marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 y la decisión pertinente de la 15a reunión de la Conferencia de las Partes. Posteriormente, la estrategia se mantendrá bajo examen, según se describe en más detalle en la sección III.

# Comunicación, concienciación y cambio de comportamiento

4. 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 menciona 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*[[1]](#footnote-1), 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 “desarrolla la comprensión, clarifica los valores, promueve una conciencia en temas ambientales, motiva y desarrolla capacidades para actuar por el ambiente”.

5. 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 On the Edge Conservation[[2]](#footnote-2). Otros informes e iniciativas recientes también muestran un aumento de la conciencia:

El Barómetro de la Biodiversidad de la Unión para el Biocomercio Ético (UEBT) encontró que en el grupo central de los países estudiados (Alemania, Brasil, Estados Unidos de América, Francia y Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte), en 2020, el 78% de los encuestados dijeron haber oído hablar de la diversidad biológica, porcentaje mayor que el 67% de 2010[[3]](#footnote-3);

El reciente informe *Un eco-despertar global* de The Economist Intelligence Unit[[4]](#footnote-4) muestra 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

Un informe elaborado por Ipsos MORI para Global Commons Alliance[[5]](#footnote-5) muestra que tres de cada cuatro personas (73%) de los países del G20 están de acuerdo en que la Tierra se acerca a puntos críticos potencialmente abruptos o irreversibles debido a la acción humana, y que tres de cada cinco personas (58%) están muy preocupadas o extremadamente preocupadas por el estado del planeta

6. El ritmo de crecimiento identificado 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 en los patrones sociales y el comportamiento humano 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]](#footnote-6).

7. La investigación ha demostrado que el comportamiento humano se enmarca en un complejo sistema de influencias intra- e interpersonales, sociales, empíricas, emocionales, físicas, técnicas y políticas. Por medio de la definición de las condiciones límite de posibles comportamientos y la asignación de sentido e impacto cultural a los patrones de comportamiento, estas influencias determinan la capacidad de las personas para tomar decisiones cotidianas y actuar en favor de la diversidad biológica.

8. La amplia evidencia científica demuestra que, en comparación con otras variables psicológicas, abordar de manera predominante la concienciación sobre los problemas en las campañas de comunicación tiene poca importancia a la hora de generar la disposición a actuar y el cambio de comportamiento. No alcanza con tener conciencia del problema de la pérdida de diversidad biológica. La teoría sobre la promoción de comportamientos a favor del medio ambiente considera las acciones como el resultado de elecciones racionales dirigidas a maximizar los beneficios personales o como actos prosociales guiados por la activación de normas personales o sociales. En esta perspectiva, toda intervención cuya finalidad sea promover los comportamientos a favor del medio ambiente debe abordar múltiples determinantes, especialmente las actitudes, las creencias morales personales y las normas sociales, así como el control percibido del comportamiento.

9. La mejor manera de entender el cambio autorregulado del comportamiento es considerarlo un proceso de los individuos que pasa por diversas etapas: tomar la decisión de actuar de manera sostenible, prepararse para esa acción, llevarla a cabo y luego convertir ese comportamiento en un hábito[[7]](#footnote-7). Las variables psicológicas de la actitud, las normas sociales y personales, y el control percibido del comportamiento constituyen elementos clave de la comunicación necesarios para promover un avance satisfactorio por las etapas de cambio y la puesta en práctica de comportamientos nuevos y sostenibles.

10. Con el fin de promover el avance por estas etapas y lograr estilos de vida sostenibles, así como una adhesión continua a las prácticas que los respaldan, deben diferenciarse 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 desfavorecidas desde el punto de vista social, y las personas de altos ingresos). Esto tiene consecuencias en cualquier plan de comunicación cuyo objetivo sea apoyar el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020.

11. La estrategia de comunicación deberá generar conciencia, pero también deberá tener un impacto en las intenciones y la planificación. El diseño de una estrategia de comunicación de largo plazo deberá aumentar gradualmente los contenidos y permitir el intercambio de datos entre las personas que aplican la estrategia en el corto plazo. Simultáneamente, deberá llevar adelante un proceso continuo de investigación y evaluación en el mediano 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]](#footnote-8).

12. El marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 representa una ocasión para renovar y actualizar la comunicación con base en los logros del Decenio de las Naciones Unidas sobre la Diversidad Biológica. La gestión de las comunicaciones requerirá, además, un conocimiento y evaluación permanentes del estado de los logros de los objetivos e hitos del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. 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

13. La estrategia está pensada para ser aplicada a las iniciativas de comunicación de la Secretaria Ejecutiva y para respaldar la comunicación del resto, con inclusión de las Partes, interesados directos, pueblos indígenas y comunidades locales, actores del sistema de Naciones Unidas y otros:

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;

c) Para promover el cambio de comportamiento en respaldo de la conservación, el uso sostenible, la participación equitativa en los beneficios y el cambio transformador;

d) Con miras a la promoción de las interacciones entre los cambios de comportamiento y la presentación de informes sobre el estado de la implementación del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020.

14. La estrategia de comunicación deberá implementarse y seguir formulándose de manera participativa, iterativa y flexible, con la asistencia de expertos en comunicación y cambio del comportamiento. La formulación ulterior de la estrategia debería estar orientada, bajo la dirección de la Secretaria Ejecutiva, por el asesoramiento y las consultas a nivel internacional, que luego fundamenten las consultas posteriores. Durante las consultas, es 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 también lo es la necesidad de asegurar la incorporación plena de las consideraciones intra- e intergeneracionales, 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.

15. La estrategia mundial estará bajo revisión de la Conferencia de las Partes, que contará con el asesoramiento del Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública, así como con los aportes de la “flotilla de la comunicación sobre la diversidad biológica”[[9]](#footnote-9) y de otros, como la División de Comunicaciones del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y el Departamento de Comunicación Global de las Naciones Unidas.

16. Los mandatos para esa revisión serían los siguientes:

a) Un taller inicial, 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 cada dos años de las actividades que se hayan realizado, con el propósito de identificar las mejores prácticas, los cambios en la concienciación, el impacto y la eficacia;

c) Identificar nuevas áreas para la comunicación y el aprendizaje, o la necesidad de ajustar estrategias existentes;

d) Hacer un 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) Identificar nuevos actores o asociados a los que aproximarse;

f) Identificar necesidades de recursos.

17. Luego de la 15a reunión de la Conferencia de las Partes, deberían crearse versiones nacionales de la estrategia de inmediato y, a partir de ahí, revisarse como parte del proceso de implementación del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020, mediante, entre otras cosas, las estrategias y planes de acción nacionales sobre la diversidad biológica. Además, debería prestarse consideración a las estrategias nacionales de comunicación en futuras versiones de los informes nacionales. Dichas estrategias deberían incluir herramientas y actividades para apoyar los objetivos a continuación.

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

**Tabla 1. Cronograma de actividades**

| *Fecha* | *Secretaria Ejecutiva* | *Nivel nacional* |
| --- | --- | --- |
| Inmediatamente después de la 15a reunión de la Conferencia de las Partes | Convocar al Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública (CEPA-IAC) y a los actores pertinentes para crear un documento detallado de la estrategia internacional y una orientación ulterior para el nivel nacional.Crear un sitio webConvocar el mecanismo de coordinación informal para regular la coordinación.Formular aportes para el marco de seguimiento relacionado con la comunicación. | Sobre la base del documento de orientación de la Secretaria Ejecutiva, crear estrategias de comunicación en el nivel nacional, subnacional y sectorial, y presentar informes por intermedio del mecanismo de facilitación.Crear asociaciones nacionales y subnacionales para realizar actividades de estrategia. |
| Bienio de la 15a reunión de la Conferencia de las Partes | Crear asociaciones internacionales en apoyo de la estrategia. | Las Partes y los interesados directos aplican estrategias nacionales. |
| Para la 16a reunión de la Conferencia de las Partes (2024)[[10]](#footnote-10) | 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 ajustar la estrategia en función de las recomendaciones de la Conferencia de las Partes en su 15a reunión. | Informar sobre actividades durante el bienio mediante informes nacionales u otros mecanismos, con los ajustes necesarios. |
| Para la 17a reunión de la Conferencia de las Partes (2026) | 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 las actividades de mitad de la década y ajustar la estrategia en función de las recomendaciones de la Conferencia de las Partes en su 16a reunión. | Presentar informes de mitad de la década sobre actividades durante el bienio mediante informes nacionales u otros mecanismos, con los ajustes necesarios. |
| Para la 18a reunión de la Conferencia de las Partes (2028) | 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 ajustar la estrategia en función de las recomendaciones de la Conferencia de las Partes en su 17a reunión. | Informe sobre actividades durante el bienio mediante informes nacionales u otros mecanismos, con los ajustes necesarios. |
| Para la 19a reunión de la Conferencia de las Partes (2030) | Crear informe final sobre las actividades | Informe final sobre las actividades. |

# IV. Objetivos

19. Los esfuerzos de comunicación, educación y concienciación en el contexto de esta estrategia para apoyar las acciones de toda la sociedad hacia la Misión para 2030 como, entre otras, las orientadas a lograr los objetivos, las metas de acción y la teoría del cambio que sustenta el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. En general, la estrategia tiene como finalidad no solo apoyar la concreción de la Misión para 2030, sino también la Visión 2050 del Convenio.

20. De acuerdo con el primer proyecto del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 (CBD/WG2020/3/3), “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 los valores de la diversidad biológica, incluidos los conocimientos, valores y enfoques asociados empleados 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;

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 biológica”.

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

**Objetivo A
Aumentar la comprensión, el conocimiento y la apreciación de los valores de la diversidad biológica, incluidos los conocimientos, valores y enfoques asociados empleados por los pueblos indígenas y las comunidades locales**

22. Este objetivo continúa apoyando el trabajo realizado con arreglo a la Meta 1 de Aichi durante la década previa, pero presenta importantes diferencias. Es importante que este objetivo no sea visto únicamente como una continuación de la Meta 1 de Aichi, ya que se centra, por el contrario, en el cambio de comportamiento, especialmente mediante el abordaje y la transformación de las normas, las intenciones, el control percibido del comportamiento y las actitudes. La inclusión de los conceptos de *comprensión* y *apreciación* proporciona una base desde la cual abordar los elementos de *predecisión* en los modelos de cambio de comportamiento, como las normas y las percepciones individuales, para promover la disposición a actuar por la diversidad biológica. La inclusión deliberada de los conocimientos, valores y enfoques asociados de los pueblos indígenas y las comunidades locales también amplía la gama de las discusiones y las acciones potenciales. Este objetivo requerirá el apoyo de algunas de las siguientes actividades para su concreción:

a) Investigación de referencia y seguimiento de los cambios de conciencia y de actitudes mediante la utilización de un marco de datos y referencias comunes. Esto supone el apoyo a los programas de investigación que esbozan los diferentes valores de la diversidad biológica;

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 educativos para que incluyan valores de diversidad biológica y la importancia de una reconexión con la naturaleza;

g) Promoción de la reconexión con la naturaleza por medio de la educación como cambio para cambiar actitudes y comportamientos respecto de 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**

23. 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.

24. 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.

25. El Convenio sobre la Diversidad Biológica y los actores nacionales deben proporcionar actualizaciones transparentes y periódicas del progreso, de acuerdo con el indicador de cabecera y otros indicadores del marco de seguimiento, tanto a través de un portal central, vinculado con el Centro de Intercambio de Información sobre Acceso y Participación en los Beneficios y las plataformas de comunicación del Convenio, como a través de plataformas nacionales. Deben tenerse en cuenta los siguientes principios:

a) La finalidad debería ser la transparencia, mediante las estrategias y planes de acción nacionales sobre la diversidad biológica y los informes nacionales que aportarán datos clave, con base en las orientaciones proporcionadas en la 15a reunión de la Conferencia de las Partes, con inclusión de una plantilla;

b) La estructura de seguimiento y evaluación en el marco mundial de la diversidad biológica que vincula el logro de las metas, si procede, también debería incluir datos sobre el cambio de comportamiento. Esto requerirá aportes al marco de seguimiento y verificación del marco mundial sobre la diversidad biológica.

c) Una serie de informes periódicos publicados durante la década, con inclusión de un informe mundial de déficits, que proporcionen actualizaciones y avances del marco;

d) En el caso de los actores no estatales, la presentación de informes mediante mecanismos como el Programa de Acción de Sharm El-Sheik a Kunming para la Naturaleza y las Personas también debería tomarse en cuenta;

e) Promoción de la plataforma de compromisos CitiesWithNature y la plataforma RegionsWithNature, que ofrecen mecanismos en línea donde las ciudades y gobiernos regionales pueden asumir compromisos voluntarios para contribuir a las metas nacionales y mundiales sobre la diversidad biológica, y donde pueden hacer un seguimiento e informar del progreso de dichos compromisos.

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

26. 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.

27. Las comunicaciones relacionadas con el elemento de seguimiento deberían presentarse con una periodicidad anual o semestral, en oportunidad del Día Internacional de la Diversidad Biológica o algún otro evento apropiado. Las próximas ediciones de la *Perspectiva mundial sobre la diversidad biológica* deberían prepararse y lanzarse con esta necesidad de comunicar la aplicación en mente.

28. Debería alentarse a otros actores a publicar informes que respalden las lecciones aprendidas o los logros, si procede, en coordinación con la Secretaria Ejecutiva. Por ejemplo, el *Informe planeta vivo* del Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) podría incluir una sección que contribuya a la evaluación de la aplicación del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. El Foro Económico Mundial sería alentado a dedicar números de sus informes a la aplicación del marco. *Perspectivas del medio ambiente mundial* de PNUMA también podría dedicar ediciones al marco. Asimismo, podrían considerarse los informes periódicos publicados por el Centro Mundial de Vigilancia de la Conservación de PNUMA (PNUMA-CMVC), el Fondo para el Medio Ambiente Mundial, Mongabay, Global Canopy, BirdLife, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Foro Mundial sobre Paisajes y otros.

29. La colaboración es necesaria 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. 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.

30. 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), la Comisión de Educación y Comunicación (CEC) de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) y otros actores a nivel internacional, para asistir en la colaboración con los educadores en entornos formales, informales y no formales.

## Objetivo DDemostrar la pertinencia del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 en lo relativo a desafíos mundiales clave, como el cambio climático, la degradación de las tierras, la salud humana, los derechos humanos, la equidad y el desarrollo sostenible

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

a) Los Objetivos de Desarrollo Sostenible El vínculo estrecho del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 con los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible[[11]](#footnote-11) también constituirá un punto importante para la concreción de la sinergia en la formulación de los mensajes. La armonización de estas dos agendas hará posible un esfuerzo más directo.

b) Será importante formular mensajes sobre la relación entre el cambio climático y la diversidad biológica. Esto también incluirá los enfoques por ecosistemas y las soluciones naturales para combatir el cambio climático, al igual que las maneras en que el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 contribuirá a la agenda de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC). Tales mensajes deberían subrayar la interdependencia del problema y las soluciones, sobre todo la importante contribución de la naturaleza a la mitigación climática y a la adaptación y la resiliencia.

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.

32. También deberá captarse la importancia de la agenda de los océanos, con inclusión de la sinergia con el Decenio de las Naciones Unidas de las Ciencias Oceánicas para el Desarrollo Sostenible[[12]](#footnote-12).

33. La salud humana y la diversidad biológica también constituyen un área clave en que debe destacarse la contribución de la aplicación del marco. Los vínculos del trabajo con el enfoque Una Salud, la prevención de la pandemia y otras cuestiones sanitarias resultan fundamentales.

34. El vínculo de estas cuestiones con los derechos humanos constituye otra área para la formulación de mensajes, con enlaces a la resolución 48/12 del Consejo de Derechos Humanos, que proclamó el derecho a un medio ambiente saludable. El trabajo específico del Relator Especial sobre la diversidad biológica y los derechos humanos puede representar una base para los mensajes.

# V. Públicos

35. Dado que el público del Convenio es mundial, es importante identificar 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.

36. 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.

## Las Partes en el Convenio sobre la Diversidad Biológica y sus Protocolos y otros acuerdos ambientales multilaterales de importancia

37. Los Gobiernos nacionales aplican el Convenio en el plano nacional y, por lo tanto, el trabajo de la Secretaria 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. Las Partes en el Convenio deberán organizar procesos nacionales para la comunicación; por ejemplo, por medio de consejos asesores pertinentes.

38. Los gobiernos subnacionales y otras autoridades locales, como las ciudades, que planifican, coordinan, regulan, hacen el seguimiento y ejecutan patrones de producción y consumo deberán cumplir con hasta dos tercios de las metas de diversidad biológica establecidas en el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. En el plano local, 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.

39. Las Partes deberían dar forma a versiones nacionales de las actividades de comunicación y educación para respaldar el cambio de comportamiento 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.

## Públicos especializados del Convenio

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

41. 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 invitará al Departamento de Comunicaciones Mundiales a crear un grupo de comunicación sobre la diversidad biológica, que trabajará con la Secretaria 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.

42. 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, al Grupo de Enlace de los Convenios Relacionados con la Diversidad Biológica, al Grupo de Gestión Ambiental y a las Naciones Unidas para asegurar que la comunicación de la agenda constituya un tema permanente de sus agendas anuales.

43. 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. Se invitará a organizaciones grandes como, entre otras, la Asociación Internacional de Zoológicos y Acuarios, la Asociación Europea de Zoológicos y Acuarios, Botanic Gardens Conservation International (BGCI) y la Red Europea de Centros de Ciencia y Museos (ECSITE), a coordinar las comunicaciones. La Coalición Mundial “Unidos por la Biodiversidad”, coordinada por la Comisión Europea desde marzo de 2020, está reuniendo todas estas instituciones y organizaciones, y también está abierta, a nivel internacional, a centros de investigación y universidades, reservas naturales y áreas protegidas y museos de todo tipo, como de arte, arquitectura o historia, para congregar a todas las instituciones que muestran la importancia de la naturaleza para la humanidad.

44. Las 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, el uso 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.

45. 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 el uso 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;

d) Las iniciativas lideradas por empresas, las asociaciones empresariales, las coaliciones y redes, como la Alianza Mundial de Negocios y Biodiversidad, Business4Nature y el Grupo de Trabajo de Transparencia Financiera Relacionada con la Naturaleza, constituirán multiplicadores clave para llegar a estos públicos.

46. 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 educación mundial, desempeñan un papel fundamental en el aprendizaje y el cambio de comportamiento. Tal como recomendó UNESCO, debería darse más énfasis a los temas ambientales en la educación, con una particular necesidad de ampliar la integración del cambio climático y la diversidad biológica. Por lo tanto, las organizaciones, autoridades y encargados de la adopción de decisiones en la educación constituyen interesados directos de importancia en el logro de los objetivos del Convenio.

## Pueblos indígenas y comunidades locales

47. Es muy importante trabajar con los pueblos indígenas y las comunidades locales para asegurar la comunicación de su papel en la conservación y uso sostenible de la diversidad biológica, y mostrar cómo sus actividades contribuyen a la aplicación del Convenio y de otros convenios relacionados con la diversidad biológica. A este respecto, la comunicación debería permitir a los pueblos indígenas y las comunidades locales divulgar sus percepciones de la naturaleza 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.

48. 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 de la diversidad biológica, su uso sostenible y la participación equitativa en los beneficios. A este respecto, la comunicación debería procurar celebrar, promover y comunicar los conocimientos tradicionales relacionados con la conservación y el uso sostenible de la diversidad biológica a, nacional, regional y mundial. Lo anterior debería hacerse con el pleno consentimiento informado previo 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.

## El público

49. Si bien es cierto que el público de la comunicación 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.

50. 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 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.

51. 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.

52. Es importante 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.

## Los medios de comunicación

53. 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 acceso abierto.

54. 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.

55. 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.

56. 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

## Los jóvenes

57. Los jóvenes, al igual que sus organizaciones y representantes, constituyen un público fundamental y son socios potentes de la creación y realización de las actividades de una estrategia de comunicación. Se puede llegar a estos importantes actores con el trabajo realizado por intermedio de las actividades a lo largo y ancho del sistema de las Naciones Unidas, como YOUNGO, de la Red Global de Biodiversidad Juvenil (GYBN, por su sigla en inglés) 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.

## Las mujeres

58. Dado que las mujeres son interesadas directas clave en la conservación y el uso sostenible de recursos, debería ponerse un foco especial en la incorporación de la perspectiva de género en todas las instancias de participación. El trabajo en la estrategia de comunicación debería basarse en el plan de acción sobre género posterior a 2020, en desarrollo, y complementarlo. La Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU-Mujeres) constituye un importante actor con el que se puede establecer una colaboración y coordinación en el plano internacional. Las consideraciones de género deben ocupar un lugar central en todos los materiales y mensajes.

# VI. Imagen de marca

59. 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, 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. La identidad debería utilizarse durante el período de implementación 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 el marco mundial de todo el trabajo en materia de diversidad biológica, y en apoyo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el Decenio de las Naciones Unidas sobre la Restauración de los Ecosistemas y el Acuerdo de París sobre cambio climático. |

60. La creación de la marca se realizará con posterioridad a la negociación del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. Será dirigida por la Secretaria 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. Resultaría aconsejable contratar una compañía de mercado de alcance internacional. Si bien sería deseable que esta compañía trabajara en forma honoraria, deberían asegurarse los fondos iniciales.

**VII. Mecanismo de coordinación de acceso abierto, y canales y multiplicadores**

61. 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.

62. 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 implementación 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.

63. 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**

64. 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.

65. Deberá crearse, para cada plataforma, una lista de hasthags 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.

66. 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**

67. 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 ellos se encuentran 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 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;

i) el Congreso Mundial de Conservación de UICN;

j) la Asamblea General de las Naciones Unidas;

k) el Foro Económico Mundial;

l) el G7 y el G20.

68. Asimismo, 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.

69. 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.

70. 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**

71. 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 identificar a un patrocinante 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, WWF, UICN y la Secretaria Ejecutiva, entre otros. Las nominaciones serían entregadas a la Secretaria Ejecutiva.

72. Se debería solicitar a las Naciones Unidas 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**

73. 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. El foco de este sitio debería estar en captar públicos en cada etapa de los modelos autorregulados de cambio de comportamiento y redirigirlos a los recursos más adecuados para su camino individual, independientemente de donde se encuentren. Estaría fuertemente integrado con campañas coincidentes en redes sociales. También permitiría acotar la información a la de países específicos.

74. 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.

75. 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.

# VIII. Mensajes principales

76. 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, los Objetivos de Desarrollo Sostenible, las soluciones naturales, el Decenio de las Naciones Unidas sobre la Restauración de los Ecosistemas, 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*, y los mensajes en general para el Convenio.

77. 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 los conocimientos tradicionales pertinentes de los pueblos indígenas y las comunidades locales.

78. La comunicación de la importancia del cambio transformador y de comportamiento constituirá un elemento clave. Para promover el cambio de comportamiento, los mensajes principales tendrán en cuenta la evidencia científica y abordarán las normas, las actitudes, el control percibido del comportamiento y las intenciones comportamentales.

79. 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 objetivo;

c) Los mensajes también deberían resaltar el horizonte y los hitos de más largo plazo, como la Visión de la Diversidad Biológica para 2050[[13]](#footnote-13), la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y las metas con plazos específicos y realistas del proceso climático;

d) También debería integrarse la importancia de alcanzar la equidad como parte del proceso hacia 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) 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;

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

i) 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.

j) Luego de la 15a reunión de la Conferencia de las Partes, la Secretaria Ejecutiva realizará un taller con CEPA-IAC y otros actores pertinentes para crear mensajes y pautas de nivel superior para la creación de mensajes.

k) Se invita a las Partes a realizar 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 más justo, más saludable y sostenible.  |
| --- |
| **Tema general** | **Mensaje público** |  | **Mensaje de política** |
| La naturaleza/la diversidad biológica es importante para nuestra prosperidad, felicidad y bienestar. | Por determinarse (TBD) |  | TBD |
| La naturaleza/la diversidad biológica tiene valor intrínseco. | TBD |  | TBD |
| La naturaleza/la diversidad biológica y la crisis climática plantean una amenaza existencial a la humanidad. | TBD |  | TBD |
| Los planes que afecten el futuro de nuestro planeta deben ser justos, inclusivos y equitativos. | TBD |  | TBD |
| Los sistemas que utilizamos para dirigir nuestras economías y sociedades están empujando a la naturaleza/la diversidad biológica al límite. | TBD |  | TBD |
| Nuestra dañada relación con la naturaleza/la diversidad biológica genera un mayor riesgo de propagación de pandemias entre los seres humanos. | TBD |  | TBD |
| Se requiere acciones inmediatas para proteger la futura salud de las personas y el planeta. | TBD |  | TBD |
| Todos somos responsables de nuestras acciones para proteger el planeta. | TBD |  | TBD |

# IX. Medir el progreso

80. 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 los criterios de medición tradicionales del alcance y los efectos. Asimismo, debe captar los cambios importantes de valores a lo largo del tiempo, y examinar el avance hacia el cambio de comportamiento y la voluntad de actuar en favor de la diversidad biológica en el plano nacional y mundial.

**A. Campañas y alcance de los medios**

81. En el plano mundial, los socios del mecanismo de coordinación deberían informar de los resultados de las campañas y del alcance de los medios (con inclusión del alcance de las redes sociales) a la Secretaria Ejecutiva. Una herramienta de recopilación de datos, similar a la creada en <https://www.cbd.int/article/people-for-our-planet-aggregator>, puede captar iniciativas.

82. En el plano nacional, las Partes en el Convenio deberían además reunir los datos anteriores e informarlos a la Secretaria Ejecutiva, así como incluirlos en sus informes nacionales.

**B. Vínculo con las metas**

83. El progreso de la estrategia también deberá medirse en términos del avance hacia las metas del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. El marco de seguimiento y verificación del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 debería incluir, además, información y datos que vinculen la consecución de la meta con el cambio de comportamiento. En las discusiones sobre el seguimiento y la verificación, debería tratarse la naturaleza de tales datos.

84. Durante el período de implementación del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020, los números de la *Perspectiva mundial sobre la diversidad biológica*, con inclusión de una versión ampliada, deberían dedicarse al progreso respecto de las metas.

85. 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

86. Se precisarán recursos en el plano nacional y para apoyar a la Secretaria Ejecutiva. El nivel requerido se determinará a medida que se vaya elaborando la estrategia de comunicación. Entre los recursos necesarios, se encuentran los siguientes:

a) La Secretaria Ejecutiva necesitará recursos humanos en la unidad de comunicaciones para apoyar la estrategia, así como sumas anuales para financiar la producción de materiales informativos. Estos recursos serán aparte de las asignaciones para el personal.

b) La Asamblea de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente podría querer aprobar una dotación de fondos para que las divisiones del PNUMA, como la División de Comunicaciones, financien las contribuciones de dicho programa a la estrategia. Asimismo, deberían movilizarse los recursos destinados al Día Mundial del Medio Ambiente y a las *Perspectivas del medio ambiente mundial*, si procede, en apoyo de la estrategia.

c) El Departamento de Comunicaciones Mundiales de las Naciones Unidas podría querer movilizar a un equipo de comunicación en apoyo de la estrategia, en consonancia con los recursos para los Objetivos de Desarrollo Sostenible;

d) Los Gobiernos nacionales deben asignar una dotación presupuestal en apoyo de la estrategia, como parte de su respaldo a la aplicación del Convenio sobre la Diversidad Biológica;

e) Actores del sector privado, organizaciones no gubernamentales, actores de la sociedad civil y otras entidades interesadas, como la Fundación de las Naciones Unidas, podrían considerar la creación de fondos para financiar la estrategia y crear mecanismos voluntarios para ello. Las organizaciones de mercadeo y otras entidades mediáticas podrían contemplar la posibilidad de aportar trabajo honorario, si procede;

f) Debería invitarse al Fondo para el Medio Ambiente Mundial a apoyar la implementación de la estrategia en el plano nacional.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. <https://www.cbd.int/cepa/toolkit/2008/doc/CBD-Toolkit-Complete.pdf>. [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://ontheedge.org/impact/sentiment-tracker>. [↑](#footnote-ref-2)
3. <http://www.biodiversitybarometer.org/#uebt-biodiversity-barometer-2020>. [↑](#footnote-ref-3)
4. <https://wwfint.awsassets.panda.org/downloads/an_ecowakening_measuring_awareness__engagement_and_action_for_nature_final_may_2021__.pdf>. [↑](#footnote-ref-4)
5. <https://www.ipsos.com/ipsos-mori/en-uk/global-commons-survey-attitudes-transformation-and-planetary-stewardship>. [↑](#footnote-ref-5)
6. Klöckner, C. A. (2019). “Making people change - strategies and new pathways for pro-environmental communication in the preservation domain.” En: Reese, G., Römpke, A.-K., Mues, A. W. y Bockmühl, K. (Eds.), *Green Ways – Perspectives of Environmental Psychology Research*. BfN-Skripten, 529 (págs. 21 a 28). Agencia Federal para la Conservación de la Naturaleza, Alemania. [↑](#footnote-ref-6)
7. Véase Bamberg, S. (2013). Changing environmentally harmful behaviors: A stage model of self-regulated behavioral change. *Journal of Environmental Psychology*, 34, 151 a 159. [↑](#footnote-ref-7)
8. Williamson, K., Bujold, P. M., y Thulin, E. (2020). Behavior Change Interventions in Practice: A synthesis of criteria, approaches, case studies and indicators. Center for Behavior de Rare y Grupo Asesor Científico y Tecnológico del Fondo para el Medio Ambiente Mundial. <https://behavior.rare.org/wp-content/uploads/2021/02/Behavior-Change-Interventions-in-Practice-final.pdf>. [↑](#footnote-ref-8)
9. 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 conformado por 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 para la coordinación de la comunicación denominado la “flotilla de la comunicación sobre la diversidad biológica”. Los miembros son libres de participar en algunos elementos y no en otros. El principio de acceso abierto rige los productos compartidos por el grupo, siendo factores importantes la inclusión, la transparencia y la neutralidad. El foco se ha 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. Los mecanismos de coordinación y organización del grupo comprenden una lista de correo electrónico, grupos de WhatsApp y de Twitter, reuniones semanales y grupos de trabajo especiales más pequeños para abordar diferentes temas. [↑](#footnote-ref-9)
10. Fechas tentativas que determinará la Conferencia de las Partes. [↑](#footnote-ref-10)
11. Resolución [70/1](http://undocs.org/A/RES/70/1) de la Asamblea General. [↑](#footnote-ref-11)
12. Véase el párr. 292 de la resolución 72/73 de la Asamblea General. [↑](#footnote-ref-12)
13. Decisión [X/2](https://www.cbd.int/doc/decisions/cop-10/cop-10-dec-02-es.pdf) de la Conferencia de las Partes. [↑](#footnote-ref-13)