



Convenio sobre la Diversidad Biológica

Distr.
GENERAL

CBD/SBI/REC/3/5
28 de marzo de 2022

ESPAÑOL
ORIGINAL: INGLÉS

ÓRGANO SUBSIDIARIO SOBRE LA APLICACIÓN

Tercera reunión

En línea, 16 de mayo - 13 de junio de 2021 y

Ginebra (Suiza), 14 a 29 de marzo de 2022

Tema 5 del programa

RECOMENDACIÓN ADOPTADA POR EL ÓRGANO SUBSIDIARIO SOBRE LA APLICACIÓN

3/5. Comunicación para el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020: Marco para una estrategia de comunicación en apoyo de la implementación del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020

El Órgano Subsidiario sobre la Aplicación *recomienda* que la Conferencia de las Partes, en su 15ª reunión, adopte una decisión del siguiente tenor:

La Conferencia de las Partes

Acoge con satisfacción el marco para una estrategia de comunicación en apoyo de la implementación del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020, que se adjunta en el anexo de la presente recomendación.

Anexo

MARCO PARA UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN APOYO DE LA IMPLEMENTACIÓN 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 comunicaciones para el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020. Su finalidad es complementar el marco para una estrategia de comunicaciones aprobado en la decisión [XIII/22](#) [La presente versión se basa en un proyecto revisado 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.

II. COMUNICACIÓN, ACCESO A LA INFORMACIÓN Y 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, 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 Conservation². 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) 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 2010³;

b) El reciente informe *Un eco-despertar global* de The Economist Intelligence Unit⁴ 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;

c) Un informe elaborado por Ipsos MORI para Global Commons Alliance⁵ 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 otros⁶.

[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.

¹<https://www.cbd.int/cepa/toolkit/2008/doc/CBD-Toolkit-Complete.pdf>.

²<https://ontheedge.org/impact/sentiment-tracker>.

³<http://www.biodiversitybarometer.org/#uebt-biodiversity-barometer-2020>.

⁴https://wwfint.awsassets.panda.org/downloads/an_ecowakening_measuring_awareness_engagement_and_action_for_nature_final_may_2021_.pdf.

⁵<https://www.ipsos.com/ipsos-mori/en-uk/global-commons-survey-attitudes-transformation-and-planetary-stewardship>.

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.

8. La amplia evidencia científica⁷ 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 hábito⁸. 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). En general, la comunicación podría utilizarse para fortalecer más eficazmente las interrelaciones entre la diversidad biológica y la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible, con el fin de destacar la importancia de abordar la dimensión social, económica y medioambiental. Esto tiene consecuencias en cualquier estrategia de comunicaciones cuyo objetivo sea apoyar el marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020.

11. La estrategia de comunicaciones deberá generar conciencia [pero también deberá tener un impacto en las intenciones y la planificación]. La estrategia debe diseñarse de tal manera que se construya gradualmente el contenido y permita el intercambio de datos entre las personas que despliegan la estrategia en el corto plazo, al tiempo que se desarrolla un proceso continuo de investigación y evaluación 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 tiempo⁹.

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 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, además, un conocimiento y evaluación permanentes del estado de los logros del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020[así como recordar las interrelaciones entre el cambio climático y la diversidad biológica, y el creciente reconocimiento del papel de la naturaleza para la adaptación al clima y su mitigación]. Este proceso facilitará la creación de contenido para la estrategia de comunicaciones. También dará continuidad y apoyo a las iniciativas corrientes y al control de los resultados.

⁷ Véase el documento CBD/SBI/3/INF/48.

⁸ Véase Bamberg, S. (2013). Changing environmentally harmful behaviors: A stage model of self-regulated behavioral change. *Journal of Environmental Psychology*, 34, 151 a 159.

⁹ 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 of 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>.

III. ALCANCE Y PROPÓSITO DE LA ESTRATEGIA

13. La estrategia está pensada para ser aplicada a las iniciativas de comunicación de la Secretaría Ejecutiva y para respaldar la comunicación del resto, con inclusión de las Partes, pueblos indígenas y comunidades locales e interesados directos, 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, según corresponda;

c) Para promover la conciencia en respaldo de la conservación, la utilización sostenible, la participación equitativa en los beneficios y el cambio transformador hacia [la Visión para 2050 de vivir armonía con la naturaleza] [la Madre Tierra];

14. La estrategia de comunicaciones deberá implementarse y seguir formulándose de manera participativa, iterativa y flexible, con la asistencia de expertos en comunicación [y el cambio de comportamiento] 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 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, 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, que será revisada por el Órgano Subsidiario sobre la Aplicación;

c) Identificación 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) Identificación de nuevos actores o asociados a los que aproximarse;

f) Identificación de necesidades de recursos.

17. [Las Partes deberían comenzar a implementar los elementos del marco mundial de la diversidad biológica relativos a la comunicación sin demora y en consonancia con la decisión 15/--¹⁰. Esto podría hacerse integrando los componentes de comunicación en sus estrategias y planes de acción nacionales sobre la diversidad biológica (EPANB) mientras los actualizan de conformidad con el marco mundial de

¹⁰ Decisión basada en la recomendación sobre el tema 9.

la diversidad biológica posterior a 2020, o desarrollando estrategias de comunicación nacionales/regionales específicas. Debería considerarse la posibilidad de incluir los esfuerzos y resultados de comunicación a nivel nacional en futuras versiones de los informes nacionales] / [Se invita a las Partes a crear versiones nacionales de la estrategia tan pronto como sea adoptada por la Conferencia de las Partes. Estas estrategias podrían incluir herramientas y actividades para apoyar los objetivos que se indican a continuación.]

18. 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	[Convocar al Comité Asesor Oficioso sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública (CEPA-IAC) [y a los actores pertinentes] para actualizar la estrategia actual y someterla a la consideración de la OSA-4 y crear 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] [considerar la creación de] asociaciones nacionales y subnacionales para llevar a cabo las actividades de la estrategia. [Invitar a las Partes según proceda a integrar las acciones 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) ¹¹	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	[Invitar a las Partes según proceda a 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 comunicaciones en función de la orientación de la Conferencia de las Partes	Presentar informes de mitad de la década sobre las actividades, 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.

¹¹ Fechas tentativas que determinará la Conferencia de las Partes.

<i>Fecha</i>	<i>Secretaría Ejecutiva</i>	<i>Nivel nacional</i>
		[Invitar a las Partes según proceda a integrar las acciones pertinentes de la estrategia de comunicación en sus mecanismos de planificación y presentación de informes.]
Para la OSA-6, a negociar por la Conferencia de las Partes en su 18ª reunión (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 las actividades y sus repercusiones y actualizar la estrategia de comunicaciones en función de la orientación de la Conferencia de las Partes	[Invitar a las Partes según proceda a 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 [y los cambios en la percepción de la diversidad biológica para contribuir al segundo balance]	[Invitar a las Partes según proceda a integrar las acciones pertinentes de la estrategia de comunicación en sus mecanismos de planificación y presentación de informes.]

IV. METAS

19. Los esfuerzos 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 no solo apoyar la concreción de la Misión para 2030, sino también la Visión 2050 para la Diversidad Biológica.

[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 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 [cosmobiocéntricos] 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;

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”].¹²

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

¹² Estos párrafos deberán alinearse con el texto final acordado de las decisiones pertinentes del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020.

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 [cosmobiocéntricos] utilizados 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. [La inclusión deliberada de los conocimientos, valores y enfoques asociados de los pueblos indígenas y las comunidades locales, así como de otros sistemas de conocimiento, 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) Aumento de la concienciación sobre las diferentes visiones y enfoques para lograr el desarrollo sostenible, incluyendo [la Visión para 2050 de vivir en armonía con la Naturaleza] / [Vivir bien en armonía con la Madre Tierra];

c) [Promoción del respeto por] / [Promoción de] los enfoques [cosmobiocéntricos] de los pueblos indígenas y las comunidades locales para vivir en armonía con la Naturaleza;

d) Creación de campañas de concienciación que muestren los valores de la diversidad biológica;

e) 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;

f) Apoyo a los proyectos de redes sociales y de películas que creen relatos y narrativas multimedia sobre la diversidad biológica y sus valores;

g) 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;

h) Revisión de los planes de estudio para que incluyan valores de diversidad biológica y la importancia de una reconexión con la naturaleza;

i) 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

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. [La Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica debe proporcionar actualizaciones transparentes y periódicas del progreso, de acuerdo con el indicador de cabecera y otros indicadores del marco de seguimiento, tanto a través del portal central, vinculado con el Centro de Intercambio de Información sobre Acceso y Participación en los Beneficios y las plataformas de comunicación del Convenio, con sujeción a los recursos disponibles.]

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, [y el Día Internacional de la Madre Tierra (22 de abril)] o algún otro evento apropiado. Las próximas ediciones de la *Perspectiva Mundial sobre la Diversidad Biológica* y *Perspectivas Locales sobre la Diversidad Biológica* deberían prepararse y publicarse teniendo en cuenta esta necesidad de comunicar la implementación.]

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

[29. Llevar a cabo acciones anuales de comunicación conjuntas con el Diálogo Interactivo de la Asamblea General de las Naciones Unidas sobre la “Armonía con la Madre Tierra” bajo el enfoque de vivir en armonía con la Madre Tierra con el fin de aumentar el alcance y la visibilidad del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020].

30. 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, 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.

31. 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

32. 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 Sostenible¹³ 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) Será importante desarrollar mensajes sobre la relación entre el cambio climático y la diversidad biológica. Esto también incluirá enfoques del cambio climático basados en los ecosistemas, [acciones centradas en la Madre Tierra, acciones colectivas, incluidas las de las comunidades indígenas y locales] y las formas en que puede haber sinergias entre la implementación del marco mundial de la diversidad biológica posterior a 2020 y los compromisos adoptados en virtud de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, su Protocolo de Kioto y el Acuerdo de París. [Estos mensajes deberían subrayar la interdependencia del problema y de las soluciones, sobre todo el hecho de que, dado que el cambio climático es uno de los principales impulsores de la pérdida de diversidad biológica, la naturaleza puede desempeñar un papel importante tanto en la mitigación del clima como en la adaptación a él 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.

33. 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 Sostenible¹⁴ 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.

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

[35. El vínculo de estas cuestiones con los derechos humanos constituye otra área para la formulación de mensajes, con enlaces a la resolución 48/13 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.]

[36. También es importante la integración con los derechos de la Madre Tierra y la jurisprudencia de la Tierra que hace cumplir los derechos de la Madre Tierra.]

V. PÚBLICOS

37. 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.

38. 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.

¹³ Resolución [70/1](#) de la Asamblea General.

¹⁴ Véase el párr. 292 de la resolución 72/73 de la Asamblea General.

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

39. 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.

40. 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.

41. 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. [Las coaliciones políticas como el Compromiso de Líderes por la Naturaleza, la Coalición de Alta Ambición por la Naturaleza y las Personas y la Alianza Mundial por los Océanos podrían desarrollar acciones de comunicación conjuntas y una posible cooperación regional.]

B. Públicos especializados del Convenio

42. 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 o regional, pueden ser incluidos en estas campañas.

43. 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.

44. 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 Biológica¹⁵ para asegurar que la comunicación constituya un tema permanente de sus agendas anuales.

¹⁵ 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.

45. 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 congregarse a todas las instituciones que muestran la importancia de la naturaleza para la humanidad.]

46. 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.

47. 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;

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

48. 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

49. 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, [siguiendo enfoques cosmobiocéntricos] 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 Madre Tierra] 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.

50. 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 utilización sostenible y la participación equitativa en los beneficios. A este respecto, la comunicación debería procurar celebrar, promover y comunicar [enfoques cosmobiocéntricos], sistemas de conocimientos tradicionales relacionados con la conservación y la utilización sostenible de la diversidad biológica a nivel nacional, regional y mundial, [y la importancia del reconocimiento de los derechos de la Madre Tierra]. Lo anterior 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.

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

D. Las mujeres

52. 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

53. 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 comunicaciones. 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 YOUNGO, 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

54. 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.

55. 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.

56. 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.

57. 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.

G. Los medios de comunicación

58. 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.

59. 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.

60. 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.

61. 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

62. 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 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 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

63. La creación de la marca se realizará con posterioridad a las negociaciones 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

64. 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.

65. 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.

66. 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

67. 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.

68. 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.

69. 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

70. 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 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;
- i) [el Congreso Mundial de Conservación de la UICN];
- j) la Asamblea de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente;
- k) el Foro Económico Mundial;
- l) el G7 y el G20;
- [m) Actos regionales sobre temas ambientales y boletines informativos regionales.]

71. 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.

72. 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.

73. 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

74. 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 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, WWF, UICN y la Secretaría Ejecutiva, entre otros. Las nominaciones serían entregadas a la Secretaría Ejecutiva.

75. 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. [La financiación consistirá en contribuciones voluntarias de las Partes y otros agentes interesados.]

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

76. 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. [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.]

77. 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.

78. 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

79. 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, las soluciones basadas en la naturaleza, 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.

80. 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.

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

82. La comunicación de la importancia del cambio transformador [y de comportamiento] [y la concienciación] 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.]

83. 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 objetivo¹⁶;

c) Los mensajes también deberían resaltar el horizonte de más largo plazo, como la Visión de la Diversidad Biológica para 2050¹⁷ y la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible [y las metas con plazos específicos y realistas del proceso climático;]

d) [La importancia de reducir las desigualdades, aplicando un enfoque basado en los derechos humanos como condiciones importantes para alcanzar 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 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;

¹⁶ 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.

¹⁷ Decisión [X/2](#) de la Conferencia de las Partes.

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

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) Luego de la 15ª reunión de la Conferencia de las Partes, la Secretaria Ejecutiva realizará [una reunión] [un taller] con CEPA-IAC y otros actores pertinentes para crear mensajes y pautas de nivel superior para la creación de mensajes. Se invitará a las Partes a realizar comentarios sobre los mensajes;

m) Se invita a las Partes, gobiernos subnacionales, las ciudades y los gobiernos locales y otras organizaciones pertinentes 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
Es necesario detener 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
La naturaleza/la diversidad biológica [y la crisis climática] plantea[n] una amenaza [existencial] para la humanidad [y deben abordarse con urgencia y de forma coherente].	TBD	TBD
[La bioinnovación es la clave para apoyar los esfuerzos 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

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
Los sistemas que utilizamos para dirigir nuestras economías y sociedades [necesitan un cambio transformador para evitar] están empujando a la naturaleza/la diversidad biológica al límite.	TBD	TBD
Nuestra [actual] relación [dañada] con la naturaleza/la diversidad biológica [genera un mayor riesgo de propagación de pandemias entre los seres humanos][puede aumentar la aparición de infecciones de enfermedades de origen zoonótico].	TBD	TBD
Se requieren acciones inmediatas para proteger la salud [presente y] futura de las personas y el planeta.	TBD	TBD
Todos somos responsables de nuestras acciones para proteger el planeta.	TBD	TBD

IX. MEDIR EL PROGRESO

84. 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 [acceso a información pertinente y concienciación] [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

85. 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 Secretaría 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.

86. En el plano nacional, las Partes en el Convenio deberían además reunir los datos anteriores y comunicarlos a la Secretaría Ejecutiva, así como incluirlos en sus informes nacionales.

B. Vínculo con las metas

87. La estrategia comunicará los avances en la implementación 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.

88. 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

89. 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. [Entre los recursos necesarios, se encuentran los siguientes:

a) La Secretaría 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 la plantilla actual de la secretaría;

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 mobilizarse 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 tal vez deseen asignar una dotación presupuestaria en apoyo de la estrategia a nivel nacional, como parte de su implementación nacional 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 marketing 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, con prioridad para los países en desarrollo, especialmente [los Estados sin litoral,] los pequeños Estados insulares en desarrollo y las economías en transición.]]
