



Distr. general
23 de septiembre de 2013

Español
Original: inglés



Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente

**Plenario de la Plataforma Intergubernamental Científico-normativa
sobre Diversidad Biológica y Servicios de los Ecosistemas
Segundo período de sesiones**

Antalya (Turquía), 9 a 14 de diciembre de 2013
Tema 7 a) del programa provisional*

**Comunicaciones y participación de interesados: estrategia de
comunicaciones y divulgación**

Proyecto de estrategia de comunicación

Nota de la secretaría

I. Antecedentes

1. En reuniones anteriores de la Plataforma Intergubernamental Científico-normativa sobre Diversidad Biológica y Servicios de los Ecosistemas se ha reconocido que la capacidad de la Plataforma para fortalecer la interfaz científico-normativa dependerá, en gran medida, de sus actividades de comunicación, lo que interpondrá obstáculos específicos en vista de la complejidad de la propia Plataforma y de los problemas científicos y normativos que trata y de la necesidad de entablar un diálogo sobre estas cuestiones con muchas partes interesadas en múltiples escalas.
2. Hasta la fecha, las actividades conjuntas de comunicación relacionadas con la Plataforma han estado a cargo del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), en coordinación con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Las organizaciones de las Naciones Unidas han llevado a cabo también actividades de comunicación por su cuenta. Se están utilizando ya instrumentos básicos que permiten entrar en contacto con todos los destinatarios de la Plataforma y que han contribuido a captar el interés de un público inicial, que conoce lo que es la Plataforma. A juzgar por los resultados del examen de la cobertura, la Plataforma goza de una divulgación suficiente pero ahora que comienzan sus actividades, la elaboración de una estrategia de comunicación bien fundada será fundamental para establecer un buen grado de confianza en la Plataforma desde el principio y mitigar las futuras crisis de comunicación. Asimismo es vital asegurar una mejor evaluación de las necesidades reales de comunicación y de las expectativas de todos los grupos interesados de importancia primordial para la Plataforma a fin de asegurar que tenga éxito y sea eficaz en función de los costos.
3. Reconociendo que es fundamental adoptar una estrategia de comunicación bien fundada al comienzo de la labor de la Plataforma, la Mesa, en su primera reunión, celebrada en Bergen (Noruega) en junio de 2013, acordó establecer un subcomité de comunicación, presidido por uno de los vicepresidentes, para impulsar el proceso de elaboración de una estrategia de comunicación.

* IPBES/2/1

4. Por eso se están actualizando los principios, las directrices y el marco para las comunicaciones de la Plataforma (véase sección II) sobre la base del proyecto de estrategia de comunicación para el lanzamiento de la Plataforma y su programa de trabajo inicial, que se presentó como documento informativo (UNEP/IPBES.MI/2/INF/4) en el segundo período de sesiones del plenario para determinar las modalidades y los arreglos institucionales de una plataforma intergubernamental científico-normativa sobre diversidad biológica y servicios de los ecosistemas, celebrado en la Ciudad de Panamá en 2012. La presente nota tiene la finalidad, por tanto, de presentar un marco para las comunicaciones de la Plataforma, que abarca los principios y las directrices que serán el fundamento para todas las estrategias de comunicación que se formulen y la base a partir de la cual se informará a los posibles asociados y contratistas.

5. En la sección II.G más adelante se propone también un procedimiento para la elaboración de la primera estrategia de comunicación de la Plataforma, que incluiría una evaluación de las necesidades, una consulta destinada a aprovechar las mejores prácticas y la determinación de posibles asociados externos o asociados estratégicos para conformar la primera estrategia de comunicación de la Plataforma. El propósito de la estrategia será apoyar el programa de trabajo como acordó el Plenario en su segundo período de sesiones, de manera que concuerde con la estrategia de participación de los interesados y se encargue de las posibles alianzas estratégicas en la esfera de las comunicaciones. También es menester que el Plenario haga suyo oficialmente el logo de la Plataforma, que se presenta en el anexo III.

6. Más adelante, en la sección II.G, se propone también un presupuesto anual de comunicación institucional para la aplicación de la estrategia.

7. El contenido de la presente nota fue revisado por los miembros de la Mesa en su segunda reunión, celebrada en Ciudad del Cabo (Sudáfrica) los días 31 de agosto y 1 de septiembre de 2013. Las observaciones recibidas durante esa reunión fueron incorporadas en el documento antes de darlo por terminado y presentarlo al Plenario en su segundo período de sesiones.

8. El proyecto de estrategia de comunicación deberá examinarse también en el contexto del proyecto de estrategia de participación de los interesados relacionada con la ejecución del programa de trabajo de la Plataforma (IPBES/2/13) y la orientación sobre el establecimiento de asociaciones estratégicas (IPBES/2/14).

II. Principios, directrices y marco para las comunicaciones de la Plataforma

A. Introducción

9. El éxito de la Plataforma dependerá en gran medida de sus actividades de comunicación, que asegurarán el apoyo general a la Plataforma misma, reafirmará la participación de los interesados pertinentes en su labor, garantizará la máxima difusión de los productos de la Plataforma y apoyará las actividades de movilización de recursos.

10. Esto presenta una problemática especial dada la complejidad de la propia Plataforma y de los problemas científicos y normativos que aborda y en vista de la necesidad de crear un diálogo sobre esos problemas con muchos interesados a muchas escalas.

11. Según vayan comenzando las actividades de la Plataforma, es crucial la formulación de una estrategia de comunicación bien fundada a fin de crear un grado satisfactorio de confianza en la Plataforma por parte del público más amplio posible y prevenir o mitigar, según el caso, las crisis de comunicación en el futuro. Es vital también velar por una mejor evaluación de las necesidades reales de comunicación y de las expectativas de todos los grupos interesados de interés primordial para la Plataforma a fin de asegurar su éxito y su eficacia en función de los costos.

12. La comunicación de la Plataforma deberá:

- a) Estar acorde con los principios de funcionamiento de la Plataforma y sus arreglos institucionales;
- b) Ser innovadora;
- c) Basarse en las mejores prácticas y enseñanzas aprendidas de otras organizaciones e iniciativas, aunque no pertenezcan al sistema de las Naciones Unidas, que trabajen en las esferas humanitaria y del desarrollo.

13. La labor de comunicación de la Plataforma deberá contar con fondos suficientes y facilitar el apoyo de profesionales de la comunicación y los medios de información externos.

14. La finalidad de la presente nota es establecer los principios, las directrices y el marco para las comunicaciones de la Plataforma, orientar la formulación de estrategias de comunicación que apoyen la labor de la Plataforma en sus diferentes procesos y en la ejecución de sus programas de trabajo sucesivos.

B. Objetivos de la comunicación de la Plataforma

15. Los objetivos fundamentales de la estrategia son los siguientes:

a) La Plataforma se apoya en los esfuerzos en marcha que procuran el reconocimiento de la diversidad biológica y los servicios de los ecosistemas como elemento fundamental del bienestar humano y el desarrollo sostenible, con hincapié especial en los países en desarrollo y los países con economías en transición y el público en general en todos los países, y les añade valor;

b) La Plataforma tiene la posibilidad de determinar y seleccionar a todos los interesados pertinentes, en particular los medios de información y el público en general, dado el valor que le añade a la labor que ya se realiza en la esfera de la diversidad biológica y los servicios de los ecosistemas para apoyar la formulación de políticas;

c) La Plataforma goza de reconocimiento como plataforma viable, pertinente y legítima que produce conocimientos de interés normativo (pero no prescriptivo) y crea capacidad para reafirmar el uso de la diversidad biológica y los servicios de los ecosistemas en la adopción de decisiones;

d) Se dan a conocer ampliamente entre los interesados pertinentes las posibilidades para que participen plenamente en la Plataforma y contribuyan a su labor e influencia, en apoyo de su estrategia de participación de los interesados;

e) Se proporcionan instrumentos para apoyar el funcionamiento de la Plataforma en su conjunto, así como las actividades de coordinación entre sus diferentes organismos y órganos.

C. Destinatarios principales

16. La Plataforma captará la atención de muy diversos interesados que realizan actividades en las esferas de la conservación de la diversidad biológica y la gestión y el desarrollo de los recursos naturales a todos los niveles. Se espera que esos interesados hagan aportaciones a la Plataforma y sean, a la vez, sus usuarios finales.

17. La estrategia de participación de los interesados en la Plataforma contribuye a definir estos interesados y propone la siguiente definición en el contexto de la ejecución del programa de trabajo. Se entiende por interesados las instituciones, organizaciones o grupos que podrían:

a) Contribuir a las actividades del programa de trabajo mediante su experiencia, especialización, conocimientos, datos e información;

b) Beneficiarse de los resultados del programa de trabajo;

c) Alentar, facilitar y apoyar la participación de determinadas personas en las actividades de la Plataforma.

18. En el anexo I de la presente nota figura una lista actual de tipos de agentes que deberán participar en la Plataforma con arreglo a la estrategia de participación de los interesados.

19. En el contexto de las comunicaciones de la Plataforma y al proyectar actividades específicas, esta definición deberá:

a) Ampliarse para incorporar a los interesados que desempeñen alguna función en los procesos de adopción de decisiones de la Plataforma;

b) Establecer una distinción entre el público en general que busca información básica sobre la Plataforma, por una parte, y, por la otra, los que conocen su funcionamiento y tienen una participación más directa en las actividades de la Plataforma o deben participar más en sus procesos y productos;

c) Incluir al público en general y a los medios de información entre los destinatarios específicos y bien definidos de las comunicaciones de la Plataforma.

20. A continuación se indica el tipo de interesados que pueden servir de base para la definición de los destinatarios de la información sobre la Plataforma.

1. Destinatarios primordiales

- a) Responsables de adoptar decisiones en la esfera de la diversidad biológica y los servicios de los sistemas a todos los niveles;
- b) Ministerios de medio ambiente, energía, industria, planificación, finanzas, relaciones exteriores, agricultura, etc., a niveles tanto local como internacional, negociadores en las reuniones de la Plataforma;
- c) Acuerdos ambientales multilaterales pertinentes y sus integrantes, secretarías y los presidentes de sus órganos consultivos científicos: el Convenio sobre la Diversidad Biológica, la Convención Relativa a los Humedales de Importancia Internacional, especialmente como Hábitat de Aves Acuáticas (Convención de Ramsar), la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES), la Convención sobre la conservación de las especies migratorias de animales silvestres, la Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación en los Países Afectados por Sequía Grave o Desertificación, en Particular en África, la Convención para la protección del patrimonio mundial y natural y el Tratado Internacional sobre los Recursos Fitogenéticos para la Alimentación y la Agricultura;
- d) Órganos de las Naciones Unidas relacionados con la diversidad biológica y los servicios de los ecosistemas: PNUMA, la UNESCO, la FAO, el PNUD y otras entidades que desempeñan una función en el análisis de los vínculos entre los servicios de los ecosistemas, el bienestar humano y el desarrollo;
- e) Las organizaciones científicas internacionales y regionales que trabajan en la esfera de la diversidad biológica y los servicios de los ecosistemas;
- f) Otros interesados pertinentes que se ocupan de la gestión de los recursos naturales, entre ellos organizaciones no gubernamentales e intergubernamentales, la comunidad científica, el sector de producción público y privado, los pueblos indígenas y las comunidades locales y otros.

2. Destinatarios secundarios

- a) Los posibles donantes;
- b) Los medios de información;
- c) El público en general, en particular los jóvenes y las mujeres.

21. En última instancia, habrá que utilizar agrupaciones variopintas, como la combinación de grupos de interesados en general y de conocedores de las operaciones de la Plataforma o de diversos agentes con arreglo a su función respecto de la labor de la Plataforma. Las agrupaciones se definirán conforme a cada objetivo de comunicación específico y a la adaptación de mensajes específicos (véase la sección D más abajo). Por ejemplo:

- a) El mismo mensaje general sobre el valor añadido y la función de la Plataforma se puede aplicar a todas las categorías de interesados que no conocen el funcionamiento de la Plataforma;
- b) Al analizar la participación de expertos científicos en las evaluaciones de la Plataforma, se formularán mensajes específicos destinados a la comunidad científica en las instancias pertinentes;
- c) Al intercambiar información detallada sobre la próxima reunión del Plenario, se procurará dirigirla más concretamente a los negociadores gubernamentales y los observadores, sea cual sea el tipo de organización que representen.

22. Las agrupaciones y los mensajes se perfeccionarán también a la luz de las deliberaciones sobre la participación de los interesados, los análisis de las necesidades propuestos, incluido el análisis de la escala en que trabajen, los idiomas, etc..

D. Principales mensajes

23. En la implementación de la estrategia de comunicación de la Plataforma se formularán mensajes específicos conforme a los lineamientos siguientes:

- a) Explicar, apoyándose en la información que ya es de dominio público y tratando de formar asociaciones con otras organizaciones o iniciativas, qué son la diversidad biológica y los servicios de los ecosistemas, por qué son importantes para el bienestar humano, qué los amenaza y cuál es la función de la ciencia y la normativa para comprender y buscar solución a las amenazas y de qué manera puede ayudar una mejor interfaz científico-normativa;

- b) Razones para establecer la Plataforma, cómo añade valor al panorama actual de las actividades relacionadas con la diversidad biológica y los servicios de los ecosistemas y manera en que puede apoyar las decisiones destinadas a buscar solución a la pérdida de diversidad biológica y a la degradación de los servicios de los ecosistemas;
- c) Principales mensajes en relación con el programa de trabajo de la Plataforma: cómo funciona la Plataforma (sus cuatro funciones, su enfoque general y gobernanza y el mandato para cada uno de sus órganos específicos), y sobre la base de cuáles principios;
- d) Cómo pueden los distintos interesados participar en la labor de la Plataforma: de qué manera se obtiene más información sobre esta, cómo participar a nivel de adopción de decisiones, cómo contribuir a su programa de trabajo, etc.;
- e) Cómo los diversos interesados pueden beneficiarse de las actividades de la Plataforma (por ejemplo, sobre creación de capacidad, posibilidades de establecer redes y de aprendizaje);
- f) Sensibilización acerca de los principales productos de la Plataforma, aplicando un enfoque orientado hacia sectores de la población específicos: qué son esos productos, cómo se preparan (destacando incluso las incertidumbres que rodean la información científica), cuáles son sus principales conclusiones y la manera en que se pueden utilizar, velando también para que las partes interesadas dispongan de inmediato de los productos (en lo que se refiere, por ejemplo, a cuestiones de formato, contenido, idioma y estilo, etc.);
- g) Intercambiar información específica para asegurar la participación sin tropiezos en las reuniones del Plenario y otras reuniones (información sobre las fechas y el lugar de celebración, los documentos que se presentarán y la logística, etc.), y en su preparación.

E. Principios a seguir en la estrategia de comunicación y al proyectar las actividades de la Plataforma

24. Dada la índole de la Plataforma y la experiencia ganada de otras actividades pertinentes, con toda probabilidad los siguientes principios serán importantes para transmitir información acerca de la labor de la Plataforma:

- a) El enfoque y las actividades de comunicación de la Plataforma concordarán en todo momento con sus principios operativos y sus arreglos institucionales;
- b) La estrategia de comunicación deberá ser innovadora y basarse en las mejores prácticas y enseñanzas aprendidas de otras organizaciones e iniciativas, incluso de entidades no pertenecientes al sistema de las Naciones Unidas que trabajan en las esferas humanitaria y del desarrollo;
- c) La estrategia de comunicación deberá hacer hincapié en la transparencia y reaccionar con rapidez y fundamento ante los problemas de comunicación que surjan y sean importantes para los interesados;
- d) Las actividades de comunicación deberán realizarse en su debido momento y ser las apropiadas, cuando se intercambie información de dominio público, aunque también deberán responder ante los cuestionamientos o las críticas;
- e) La adecuada comunicación de las incertidumbres científicas será fundamental para que se reconozcan la independencia, la legitimidad y la credibilidad de la Plataforma. En el caso de las evaluaciones, esto se puede lograr asegurándose de que toda la diversidad de opiniones vertidas o el lenguaje específico en que se haya logrado un hallazgo científico queden reflejados debidamente o explicando los procesos y metodologías aplicados por la Plataforma para llevar a cabo las evaluaciones mundiales y regionales. De hecho, la Plataforma deberá proporcionar un contexto que guíe la interpretación de sus informes y cerciorarse de que los destinatarios reciban información imparcial al respecto. En el caso de los instrumentos de apoyo normativo, se deberán explicar con claridad, por ejemplo, las metodologías utilizadas y las limitaciones de los modelos;
- f) La información deberá intercambiarse de manera que sea pertinente pero no prescriptiva desde el punto de vista normativo. Para la labor de la Plataforma, una cualidad esencial es que el envío de mensajes y los informes sigan siendo neutrales desde el punto de vista normativo y mantengan un equilibrio científico;
- g) Siempre que sea procedente y posible, la labor de comunicación se apoyará y fortalecerá con las iniciativas de comunicación existentes en las esferas correspondientes;

- h) Las actividades de comunicación de la Plataforma deberán apoyar la estrategia de participación de los interesados para la ejecución del programa de trabajo y una mayor participación de los interesados en la labor de la Plataforma en general;
- i) Se deberá hacer hincapié específico en el uso de diferentes idiomas y en la escala de las actividades a fin de establecer la debida comunicación con toda la diversidad de interesados en la Plataforma;
- j) Las actividades de comunicación de la Plataforma deberán integrarse y dirigirse a destinatarios específicos;
- k) Se deberá considerar la posibilidad de utilizar a los asociados estratégicos en las actividades de comunicación de la Plataforma;
- l) Las actividades de comunicación de la Plataforma deberán aceptar también el apoyo de los profesionales externos de los medios de información y comunicación.

F. Estructura de la aplicación

25. Se deberán definir con claridad las funciones y la responsabilidad por el diseño y la aplicación de las estrategias de comunicación y los planes de aplicación sucesivos sobre la base de las presentes directrices y del marco.

26. En este sentido, se deberá considerar la función de los siguientes órganos o grupos:

- a) El Plenario, que es el órgano de adopción de decisiones de la Plataforma y deberá aprobar un marco y las directrices para la elaboración de las estrategias de comunicación de la Plataforma;
- b) La Mesa, con arreglo a sus funciones convenidas;
- c) El Grupo multidisciplinario de expertos, de conformidad con sus funciones convenidas;
- d) La secretaría, en particular el Secretario Ejecutivo apoyado por un oficial de programas encargado de la comunicación y la participación de los interesados y un auxiliar de programas;
- e) Se podrá pedir a los principales representantes de otros órganos de la Plataforma, como el presidente de un grupo de trabajo, si se establece; los autores principales de los informes científicos; y los coordinadores nacionales que participen en las actividades de comunicación y se les podrá invitar a que hablen en nombre de la Plataforma con arreglo a las condiciones acordadas por el Plenario.

27. Deberá establecerse una clara coordinación (entre los distintos órganos de la Plataforma) en los procesos de presentación de informes y adopción de decisiones para determinar en cuestiones de comunicación (incluso en momentos en que hace falta una rápida respuesta a preguntas urgentes o a críticas). Con este fin se podrían elaborar normas y procedimientos que también pondrían en claro funciones y responsabilidades específicas de todas las partes involucradas.

28. Se deberán establecer directrices, en las que se determine quién puede hablar en nombre de la Plataforma en diferentes circunstancias, por ejemplo, manteniendo una lista de personas autorizadas, que aprobará la Mesa del Plenario. Para apoyar su labor se deberá poner a su disposición resúmenes informativos que reiteren los principales mensajes.

G. Medidas para elaborar estrategias de comunicación y planes de aplicación sucesivos para la Plataforma

29. La presente nota tiene el propósito de establecer los principios, las directrices y un marco para las comunicaciones de la Plataforma y orientar la elaboración de estrategias de comunicación que apoyen la labor de la Plataforma en sus diferentes procesos y en la ejecución de sus programas de trabajo sucesivos.

30. Se propone el siguiente procedimiento para la elaboración de la primera estrategia una vez que el Plenario haya acordado el marco y las directrices para la comunicación de la Plataforma, así como un presupuesto para las actividades de comunicación de la Plataforma.

- a) Se organiza un análisis de las necesidades para todos los principales destinatarios de la Plataforma;
- b) Se lleva a cabo un análisis rápido de las iniciativas de comunicación en marcha, que la Plataforma podría utilizar como base, fortalecer y complementar;

c) Se le podría encargar a la secretaría la redacción de una estrategia bajo la supervisión de la Mesa y la orientación específica del Grupo multidisciplinario de expertos sobre comunicación de problemas científicos y participación de las comunidades científicas y técnicas;

d) De este modo, se podría prestar atención específicamente a la manera de utilizar a los asociados estratégicos y prever la utilización de expertos de organismos de comunicación o los medios de comunicación externos en la realización de actividades;

e) Se deberá facilitar el proceso para la recopilación de las mejores prácticas y las enseñanzas aprendidas por otras organizaciones o iniciativas, aunque no pertenezcan al sistema de las Naciones Unidas, que trabajan en las esferas humanitaria y del desarrollo. Se deberá invitar a otras organizaciones pertinentes a que aporten su contribución al proyecto de estrategia.

31. El anexo II, en el que se presentan muy diversas actividades indicativas que pudieran realizarse como parte de estas estrategias, se podría utilizar para apoyar esta labor.

H. Supervisión y evaluación

32. Se deberá establecer un sistema de supervisión y evaluación simple pero eficaz para las actividades de comunicación de la Plataforma. Esa supervisión y evaluación deberá incluir la determinación de la eficacia y la efectividad de la estrategia medidas a nivel de los destinatarios principales.

I. Presupuesto indicativo anual máximo para las actividades de comunicación institucional de la Plataforma

(dólares de los Estados Unidos)

<i>Partida</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Presupuesto anual</i>
Apoyo a la web y a los medios de información social	Alojamiento web, gestión técnica, mantenimiento y apoyo a la gestión del contenido	45 000
Apoyo audiovisual	Entrevistas, anuncios en las estaciones públicas, espectáculos inaugurales, fotografía y cortometrajes, en los idiomas apropiados	160 000
Apoyo a los medios de información	Para la organización de actividades con los medios de información, preparación de carpetas y resúmenes para los medios de información, conferencias de prensa, etc.	70 000
Materiales impresos de comunicación y divulgación, con exclusión de los informes y documentos oficiales	Impresión de volantes, materiales publicitarios, carteles, fichas descriptivas en los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas, según proceda	90 000
Total		365 000

Anexo I

Lista de los tipos de entidades que deberán participar en la Plataforma conforme al proyecto de estrategia de participación de los interesados

1. Los diversos interesados que presten apoyo a la ejecución del programa de trabajo podrán ser los que se indican a continuación en orden alfabético, aunque la lista no se limita a ellos (puede haber coincidencia en las categorías):

- a) Acuerdos ambientales multilaterales;
- b) Autoridades locales;
- c) Círculos científicos y tecnológicos;
- d) Comunidades docentes académicas;
- e) Comunidades locales;
- f) Empresas comerciales e industrias (incluidas las empresas pequeñas y medianas, los inversionistas, las organizaciones financieras y comerciales);
- g) Funcionarios públicos y organismos y organizaciones que trabajan en las esferas correspondientes, como medio ambiente, planificación del desarrollo, inversiones y finanzas, salud, agricultura, etc.;
- h) Fundaciones y fondos fiduciarios;
- i) Jóvenes y niños;
- j) Medios de información y comunicación por ejemplo, medios de masas, medios sociales, traductores (para diferentes sectores de la población);
- k) Mujeres;
- l) Organismos y programas de las Naciones Unidas;
- m) Organizaciones de consumidores;
- n) Organizaciones humanitarias y de desarrollo (en ámbitos como la justicia social, la equidad);
- o) Organizaciones intergubernamentales que trabajan en las esferas pertinentes;
- p) Organizaciones no gubernamentales que trabajan en las esferas pertinentes;
- q) Organizaciones relacionadas con la agricultura, la acuicultura, la pesca (por ejemplo, agricultores, pescadores, pastores, silvicultores);
- r) Organizaciones sin fines de lucro que trabajan en las esferas pertinentes;
- s) Propietarios de tierras;
- t) Pueblos y comunidades indígenas;
- u) Redes y secretarías de las iniciativas pertinentes que trabajan en las correspondientes esferas, como la Red de evaluación submundial;
- v) Trabajadores y sindicatos.

2. Se podrían considerar también entre otros criterios:

- a) La escala de la labor que estén realizando en cuestiones relacionadas con la diversidad biológica y los ecosistemas;
- b) El idioma que utilizan.

Anexo II

Listado de actividades que se pueden llevar a cabo como parte de la estrategia de comunicación de la Plataforma

1. La presente es una lista indicativa de las actividades que se pueden realizar para implementar las estrategias de comunicación de la Plataforma que se formularán para apoyar la labor de la Plataforma. Todos los elementos de la combinación de formas de comunicación se utilizarán de manera integrada y sinérgica.
2. Para que se divulguen al público más amplio posible, los principales elementos del material de comunicación se traducirán a los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas y en cualquier otro idioma que sea necesario, según se detalla más adelante, para su distribución. Se prestará atención también al formato, vocabulario y estilo que se utilicen, la facilidad de acceso, etc..
3. Habrá que establecer también asociaciones con instituciones y redes claves como parte de la estrategia de participación de los interesados para asegurar que la información y los productos relacionados con la Plataforma se distribuyan a los destinatarios apropiados y que la Plataforma pueda recibir información de respuesta de esas comunidades, y además se estructure un sistema para que los interesados participen en el Plenario.

A. Marca

4. Se formulará una política detallada sobre el diseño gráfico y las normas para establecer la marca de la Plataforma, que incluirán una orientación sobre el uso de los logotipos de los asociados de las Naciones Unidas, junto con el logotipo de la Plataforma, conforme a la decisión adoptada respecto de los arreglos de colaboración de las Naciones Unidas con la Plataforma.
5. Se podría analizar si es necesario crear una nueva marca o un nuevo diseño del logo.

B. Servicios en línea

1. Sitio web de la Plataforma

6. La estructura, las funciones y el contenido del sitio web deberán evolucionar en consonancia con la labor de la Plataforma y sus necesidades de comunicación. En el futuro, la atención deberá centrarse más en la ejecución del programa de trabajo de la Plataforma y en las posibilidades de contribuir a esa labor y a los productos de la Plataforma, en particular por medio de las siguientes modalidades:
 - a) Deberá proporcionar enlaces con cualquier instrumento en línea establecido por la Plataforma, como un catálogo dinámico de las evaluaciones, una plataforma para la presentación de evaluaciones locales y nacionales para su examen por otros profesionales, una posible intranet que proporcione acceso a los datos como parte de las actividades de creación de capacidad de la Plataforma, etc.;
 - b) También podría apoyar las actividades de aprendizaje electrónico, utilizando recursos de los distintos medios audiovisuales como CD-ROM y la capacitación por YouTube, como se establece más adelante;
 - c) Para que el público en general y los medios de información estén mejor informados, se podría proporcionar más información sobre lo esencial de la diversidad biológica y los servicios de los ecosistemas y sus vínculos con el bienestar humano por medio de artículos, fichas descriptivas, cortometrajes, reportajes especiales mensuales y entrevistas con expertos, los detalles más importantes del reportaje del mes y otras noticias;
 - d) Podría convertirse en un espacio de trabajo en colaboración que apoye la labor de los diversos grupos en el marco de la Plataforma;
 - e) El sitio web deberá facilitar a los interesados el intercambio de opiniones y el análisis de la Plataforma (foro, artículos de opinión, entrevistas en vídeo, artículos, vínculos con otros sitios web, etc.);
 - f) Se deberá preparar una página de suscripción para los boletines y una lista de interesados que participan en la Plataforma;
 - g) Se deberá poner a disposición en el sitio web una carpeta para los medios de información;

h) Se deberá prestar atención a garantizar el acceso, la descarga y la impresión de materiales para facilitar el intercambio de información con personas que viven en zonas con baja velocidad de conexión a internet;

i) Se hará hincapié concretamente en comunicar las actividades de la Plataforma a diferentes escalas, por ejemplo, publicando y manteniendo listas de actividades realizadas en instancias específicas.

2. Boletín

7. La base de datos de contacto del boletín de la Plataforma deberá actualizarse constantemente y deberá enviarse el boletín periódicamente sobre la base de un análisis de las necesidades.

3. Página en Wikipedia

8. La página de la Plataforma en Wikipedia se deberá actualizar periódicamente.

4. Correo electrónico

9. La dirección electrónica de la secretaría se utilizará como modalidad de contacto primordial.

5. Redes sociales

10. Se deberá alentar el uso pleno de las redes sociales para apoyar las comunicaciones de la Plataforma, dada su eficacia en función de los costos.

11. Deberá mantenerse la cuenta de la Plataforma en Twitter para apoyar los esfuerzos de divulgación; se podría crear una página en Facebook para que participe un mayor número de personas; y se podría utilizar YouTube para dar a conocer todo el material audiovisual creado para la Plataforma que podría incorporarse en el sitio web aunque también se podrían destacar materiales de otras actividades de interés y servir de plataforma para la creación de capacidad por medio de cursos en línea de corta duración sobre evaluación, presentación de otros productos de la Plataforma, etc..

6. Presentaciones

12. Se deberán preparar presentaciones profesionales y visualmente atractivas, que utilizarán todos sus representantes en actividades externas, para sensibilizar sobre la Plataforma y darla a conocer:

a) En caso de un cambio de marca, se adaptarán su aspecto y estilo;

b) Deberán estar disponibles en los correspondientes idiomas;

c) Se deberá preparar una nota informativa con los mensajes principales para los oradores encargados de la presentación.

7. Materiales de difusión

13. El material impreso de la Plataforma que se produzca estratégicamente deberá basarse en las evaluaciones de las necesidades para ayudar a crear visibilidad del proceso y dar a conocer su finalidad y sus objetivos:

a) Los productos que se propongan deberán ser materiales publicitarios, carteles y volantes;

b) Se deberán producir versiones de las fichas descriptivas escritas en un lenguaje llano en los idiomas que corresponda;

c) Se deberán preparar fichas descriptivas para destinatarios específicos (en particular una ficha descriptiva general sobre la Plataforma y sus actividades, los principios fundamentales de su labor; la creación de sus productos para el público en general; los beneficios de participar en la Plataforma como interesado y también fichas descriptivas específicas para distintos destinatarios, etc.);

d) Se podrían preparar mensajes y documentos informativos claves que se distribuirán a los asociados, las instituciones pertinentes y los medios de información a fin de asegurar la coherencia entre los mensajes y la información;

e) CD-ROM multimedia para destinatarios específicos, concretamente los encargados de realizar evaluaciones, en particular instrumentos, metodologías y materiales de creación de capacidad o destinados a los responsables de formular políticas, que presenten los productos de la Plataforma de que disponen, los instrumentos para la formulación de políticas, etc.;

f) Los materiales deberán estar disponibles en forma digital para asegurar además su amplia distribución mediante su descarga del sitio web.

8. Productos promocionales

14. Se podrían crear productos promocionales con la marca (como blocs de notas, plumas, unidades de memoria en forma de llave, etc.) para los delegados que asistan a las reuniones y para su distribución en general en determinadas actividades (por ejemplo, llaveros, camisetas, calcomanías y bolsas).

9. Productos de la Plataforma

15. Productos (como informes de evaluación, documentos sobre instrumentos de apoyo normativo, un marco común para las evaluaciones) llevarán la marca y el formato de la Plataforma y se darán a conocer en el sitio web para que se puedan descargar directamente en cada idioma.

16. Se dispondrá también de un número limitado de esos documentos en versión impresa a fin de que el público tenga el más amplio acceso posible a ellos. El formato, idioma y estilo del material deberán adaptarse al público destinatario (por ejemplo, un informe de evaluación extenso podría tener un resumen para los responsables de formular políticas, un suelto informativo para el público en general y otros elementos).

10. Materiales audiovisuales

17. Se podrían celebrar espectáculos inaugurales para las reuniones del Plenario y presentar la Plataforma en actividades de interés. Además, las estaciones públicas podrían preparar anuncios y entrevistas poco complejas con personalidades de alto nivel de la Plataforma (realizadas en los idiomas pertinentes y con una amplia representación geográfica), que ayuden a divulgar el mensaje a un público más amplio a través de los medios de información y el sitio web de la Plataforma.

18. Se podrían preparar y distribuir cortometrajes en vídeo sobre diversidad biológica y servicios de los ecosistemas y sus vínculos con el bienestar humano para informar al público en general, en particular a los jóvenes; otra posibilidad sería la de utilizar los cortometrajes ya creados y presentados por otras entidades en sus actividades con la autorización de sus propietarios. Por otra parte, se podrían preparar también cortometrajes en vídeo sobre las actividades de la Plataforma (como son los talleres de creación de capacidad o la labor de evaluación) para demostrar mediante ejemplos reales lo que hace la Plataforma y cómo lo hace.

11. Actividades y divulgación

19. Se darán a conocer las actividades de la Plataforma; también se preparará un calendario de actividades, en el que figurarán los mensajes de la Plataforma y el compromiso de los interesados. Se deberá invitar a los interesados y a las organizaciones pertinentes a incorporar datos sobre sus actividades.

20. En esas actividades se podrán utilizar notas informativas, presentaciones en diapositivas, producciones audiovisuales y otros materiales de divulgación y promoción. Se invitará a los interesados a que aporten ideas para dar a conocer esas actividades en el calendario por medio del sitio web. Se deberán organizar lanzamientos especiales para los principales productos y actividades de capacitación de la Plataforma. En ese contexto, en las redes de los asociados se deberá divulgar el calendario de actividades relacionadas con la Plataforma, por ejemplo las actualizaciones sobre la diversidad biológica que publique el Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible.

21. Se podría preparar una cabina publicitaria transportable (que incluya un televisor para proyectar material audiovisual y casillas para el material impreso) a fin de aumentar la visibilidad de la Plataforma en actividades externas, por ejemplo las reuniones de los acuerdos ambientales multilaterales relacionados con la diversidad biológica. Se deberá hacer todo lo posible de manera que el Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible u órganos equivalentes difundan información sobre las reuniones del Plenario y otras reuniones que vengan al caso. Además, en las reuniones de la Plataforma, se deberán organizar actividades colaterales para que los interesados se pongan en contacto con los participantes en el Plenario y presenten o analicen temas de interés.

12. Labor de los medios de información

22. Se deberán organizar sesiones informativas para los medios de información, teniendo en cuenta la distribución regional y el uso de los idiomas apropiados. Con ese fin, se deberán preparar carpetas para los medios en algunos idiomas diferentes y se deberán producir también comunicados de prensa en diversos idiomas para distribuir la información sobre las actividades y los productos principales de la Plataforma. Se deberán organizar las conferencias de prensa que sean necesarias para ofrecer información acerca de esas actividades y productos.

23. Se deberán transmitir ampliamente los anuncios y las comparencias televisivas de los principales interesados en las estaciones públicas para asegurar que sean conocidas por el mayor número posible de sectores de la opinión pública. Periódicamente se deberán preparar artículos para publicaciones normativas, científicas u orientadas a las organizaciones juveniles y no gubernamentales, además se deberán preparar boletines y noticieros en línea y en la prensa para el público en general, de manera que sea de conocimiento de todos los destinatarios de importancia.

Anexo III

Logo

Se ha preparado el siguiente logo de la Plataforma:



El logo de la Plataforma y su eslogan, “Science and Policy for People and Nature” (Ciencia y normativa para las personas y la naturaleza), se utilizarán en todos los documentos oficiales y materiales de comunicación de la Plataforma. El logo se podrá utilizar solo o con el eslogan sobre un fondo azul oscuro o blanco, según convenga. Se formularán una normativa general para el uso del logotipo y el diseño gráfico general y pautas para el uso de la marca de la Plataforma.
