



ORIGINAL: INGLÉS

15 de mayo de 2018

**CONFERENCIA DE LAS PARTES DEL
INSTITUTO INTERAMERICANO PARA LA
INVESTIGACIÓN DEL CAMBIO GLOBAL
Vigésima sexta reunión
Antigua, Guatemala, 20-21 de junio de 2018
Tema de agenda: 18a**

Informe de la Dirección Ejecutiva

Decisión XXV/23: Estrategia y plan de comunicación de largo plazo

1. El presente documento ha sido redactado por la Dirección Ejecutiva del IAI.

Antecedentes

2. La Conferencia de las Partes, en su 25a reunión (Bogotá, 2017), adoptó la Decisión XXV/23 *Estrategia y plan de comunicación de largo plazo*, que establece:

La CoP dispuso que la Dirección Ejecutiva definiera una estrategia y un plan de comunicación de largo plazo. La estrategia será presentada en la próxima CoP.

3. Dicha Decisión complementa la Decisión XXV/28 *Fortalecimiento de la capacidad de comunicación de la ciencia en los proyectos científicos del IAI* mediante la cual

La CoP dispuso que la Dirección Ejecutiva buscase vías para incrementar la capacidad de los proyectos de investigación para comunicar sus resultados a diferentes actores sociales y grupos de interés.

IAI/COP/26/18a

4. El Comité Asesor en Ciencia y Políticas (SPAC), en su informe a la CoP-25 indica que debe redactarse una estrategia de comunicación¹.

5. De acuerdo con lo expuesto, la Dirección Ejecutiva ha preparado una estrategia y plan de comunicación de largo plazo para su consideración por la Conferencia de las Partes. La Estrategia está disponible en el Anexo 1 al presente documento.

6. Una estrategia de comunicación describe los objetivos de una organización, las metas que contribuyen al logro de dichos objetivos, los públicos a los que estará dirigida la comunicación, así como las herramientas y el cronograma para alcanzar las metas planteadas. Incluye también una evaluación para medir los resultados y ajustar las acciones.

7. La comunicación no es un producto aislado, sino que es transversal a todas las actividades operativas del IAI. La comunicación es una parte importante de la misión del Instituto, y resulta fundamental para proveer información científica de forma oportuna a las Partes, los socios, las organizaciones pertinentes, los grupos interesados y el público en general. Además, la comunicación debe contribuir al establecimiento de alianzas estratégicas para ayudar a dar forma a la imagen de la organización a través de la difusión en los medios y la gestión. Con los socios, las actividades de comunicación deben enfatizar las sinergias y apoyar la acción. La estrategia de comunicación deberá tener por objetivo la implementación de prácticas que identifiquen al IAI como la organización intergubernamental regional preeminente de ciencia dirigida a la política. En particular, debe poner de relieve el papel de liderazgo del IAI en la comunicación científica en la región con miras a lograr la sustentabilidad en las Américas.

8. Una estrategia de comunicación que conduzca a fortalecer el compromiso y la visibilidad del trabajo y la misión del IAI está por lo tanto directamente vinculada con la Decisión XXVI/24 *Estrategia de financiamiento de largo plazo*. Una mejor comunicación y promoción de las actividades del IAI despertarán el interés en el trabajo de la organización y maximizarán así el potencial de atraer a nuevos donantes y nuevas fuentes de financiamiento.

9. Los objetivos principales de la estrategia de comunicación son:

- a) Poner en práctica el objetivo del IAI de procurar *alcanzar los principios de la excelencia científica, la cooperación internacional y un intercambio cabal y abierto de información científica en materia de cambio global*.²;
- b) Informar a las Partes, alentar su apoyo y promover la cooperación entre ellas, los socios, la academia, el sector privado y el público;
- c) Integrar y reforzar la comunicación en todas las actividades vinculadas con el IAI para contribuir a alcanzar su objetivo.
- d) Aumentar la visibilidad de los impactos del trabajo y objetivo del IAI mediante una comunicación y difusión bien orientadas.

¹ Véase: *Comité Asesor en Ciencia y Políticas del IAI (SPAC) Informe a la 25a Conferencia de las Partes, junio 2017* (http://www.iai.int/wp-content/uploads/SPAC_CoP25_2017_SP.pdf)

² *Acuerdo para la Creación del Instituto Interamericano para la Investigación del Cambio Global, Artículo II: Objetivos.*

- e) Contribuir a la comunicación de la información científica para hacer aportaciones a las Partes hacia el desarrollo de políticas y actividades nacionales, internacionales y regionales;
 - f) Contribuir a los programas de trabajo vinculados con los marcos de los acuerdos y organizaciones ambientales multilaterales;
 - g) Aumentar la notoriedad del IAI entre los Estados no Parte y los grupos interesados; y
 - h) Conducir al establecimiento de alianzas estratégicas con organizaciones afines.
10. Con el fin de alcanzar dichos objetivos, el IAI:
- i) Tomará en cuenta el trabajo en apoyo de los acuerdos intergubernamentales tales como el Acuerdo de París, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, la Nueva Agenda Urbana y el Marco de Sendai para la Reducción del Riesgo de Desastres, entre otros;
 - j) Promoverá el codiseño de la investigación científica, donde los científicos trabajen junto con los encargados de políticas y los grupos interesados en la planificación, ejecución y aplicación de investigaciones que aborden de manera directa los desafíos relevantes planteados por el cambio global en materia de gobernanza y política;
 - k) Proporcionará información de los proyectos y otros datos pertinentes y oportunos a las Partes, incluso mediante la organización de eventos paralelos, foros científico-políticos y talleres en las reuniones de los acuerdos multilaterales sobre el medio ambiente;
 - l) Proveerá información a las Partes por medio de notificaciones, fichas informativas, el sitio web y las redes sociales, entre otros mecanismos de comunicación;
 - m) Promoverá la cooperación con diversos grupos de interés, incluyendo socios, agencias donantes y bancos de desarrollo, la academia, el sector privado y grupos constituyentes en diversos niveles gubernamentales;
 - n) Aumentará su presencia en los medios, incluyendo las redes sociales, mediante el establecimiento de alianzas estratégicas.
11. Los objetivos, las metas, el público, las herramientas y la evaluación de la estrategia de comunicación del IAI se describen en el Anexo 1 al presente documento. El fortalecimiento de las actividades de comunicación científica traerá aparejada una mayor participación de las Partes y de los grupos sociales interesados, un mayor interés de los Estados no Parte y mejores oportunidades de captación de fondos gracias a un mejor conocimiento de la misión del IAI.

Situación actual y punto de partida

12. Actualmente, la Dirección Ejecutiva cuenta con 9 empleados, que incluye personal de apoyo, consultores en ciencia, datos y traducción y una pasante³. El IAI no cuenta con personal dedicado a la ejecución de actividades de comunicación y tareas asociadas. Los productos de comunicación, las campañas y actividades han estado asociados a grandes eventos y a aliados estratégicos, tales como la campaña Project Everyone realizada durante la adopción de la Agenda 2030, el lanzamiento del Curso en línea masivo y abierto del IAI sobre los Impactos del cambio climático en América latina⁴ a partir de la adopción del Acuerdo de París y la

³ La Dirección Ejecutiva del IAI agradece la generosa contribución de la República de Corea que posibilitó esta pasantía.

⁴ Véase: <http://www.iai.int/curso-en-linea-cambio-climatico-en-america-latina/>

innovadora campaña Ciencia para la Acción en las redes sociales, llevada a cabo durante la COP-23 de la CMNUCC.

13. La presente *Estrategia de comunicación de largo plazo del IAI* se apoya en actividades de difusión realizadas y en curso y tiene por objeto fortalecer la participación de las Partes, los socios y los Estados no Parte en la comunicación de la misión y el trabajo del IAI.

14. La Dirección Ejecutiva ha dedicado esfuerzos al diseño de formas novedosas de comunicar la ciencia. Además de las campañas realizadas junto con Project Everyone y la Fundación Pvblic, entre las actividades periódicas de comunicación se incluye el envío de noticias relacionadas con el IAI a través de notificaciones a las Partes, publicación en el sitio web y las redes sociales de información sobre las investigaciones del Instituto, la incorporación de buenas prácticas en comunicación y capacitación en los seminarios de desarrollo profesional y otras actividades de desarrollo de capacidades, así como la promoción de debates con los investigadores acerca de buenas prácticas aplicadas por otras organizaciones.

15. El Documento IAI/COP/26/16 sobre *Extensión y cooperación global* reporta las actividades organizadas para mejorar la comunicación y la visibilidad del IAI entre sus socios internacionales y regionales en el transcurso del período entre sesiones 2017-2018. Se incluyen las realizadas en reuniones de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC), el Convenio sobre Diversidad Biológica (CDB) y el Foro Político de Alto Nivel sobre Desarrollo Sostenible (FPAN), entre otras.

16. La Dirección Ejecutiva del IAI participó en el 48^o período de sesiones del OSACT de la CMNUCC y su décimo diálogo sobre la investigación (RD10), que se celebró el 3 de mayo de 2018. Las presentaciones del IAI se concentraron en las acciones realizadas en la interfaz ciencia-política en América del Sur.

17. En su más reciente sesión (OSACT-48) y en el documento FCCC/SBSTA/2018/L.11⁵:

El OSACT señaló la necesidad urgente de mejorar la divulgación científica. Acogió con satisfacción la labor de la comunidad científica en la esfera de la divulgación de la ciencia, y en particular algunos ejemplos mostrados en la décima reunión del diálogo sobre la investigación, para apoyar la labor realizada en el marco del Acuerdo de París, incluyendo la del IAI.

El OSACT señaló la importancia de las redes e instituciones regionales y de facilitar e intercambiar conocimientos a nivel regional, nacional y local. El OSACT observó también que sería muy conveniente organizar iniciativas regionales en materia de divulgación científica en estrecha colaboración con las organizaciones y redes regionales de investigación y otros interesados pertinentes, con sujeción a la disponibilidad de recursos financieros. Instó a las Partes a que siguieran colaborando con la comunidad científica.

⁵ https://unfccc.int/sites/default/files/resource/l11s_0.pdf?download

El OSACT alentó a las Partes a que apoyaran la investigación transdisciplinaria para facilitar la colaboración de la comunidad científica con los responsables de la formulación de políticas y otros interesados y comunidades pertinentes a fin de adoptar medidas fundamentadas en el marco del Acuerdo de París.

Comunicación científica

18. El Acuerdo de París identifica la necesidad de una respuesta eficaz y progresiva a la amenaza del cambio climático sobre la base de la mejor información científica disponible. Los Diálogos sobre la Investigación del OSACT-CMNUCC, dispuestos por la COP-CMNUCC, constituyen una modalidad clave para compartir información científica actualizada así como las necesidades de las Partes para apoyar los procesos de comunicación de la ciencia para la política de la Convención. La Convención insta a las Partes a promover y apoyar con su cooperación la investigación científica, la observación sistemática y el establecimiento de archivos de datos incluyendo el intercambio de información para apoyar los programas, redes y organizaciones y mejorar las capacidades de los países en desarrollo. Las investigaciones realizadas en el marco de la Convención y el Acuerdo de París cuentan con el apoyo del IPCC, el Programa Mundial de Investigaciones Climáticas (PMIC) y el IAI, entre otras organizaciones internacionales y de investigación.

19. A través de una presentación oficial a la CMNUCC y en respuesta a una solicitud de propuestas de temas para el Diálogo sobre la Investigación de 2018, Argentina, Brasil y Uruguay⁶ recomendaron que la Secretaría de la CMNUCC evaluara formas eficaces de comunicar la ciencia, particularmente, con un enfoque regional, a través de organizaciones regionales tales como el IAI. Además, recomendaron que el OSACT-48 analizara la forma de facilitar la comunicación científica para lograr el cumplimiento de los acuerdos internacionales.

20. En su presentación, Argentina, Brasil y Uruguay recomendaron también a la Secretaría de la CMNUCC la organización de un taller de comunicación científica dirigido a agilizar el diálogo y mejorar la comunicación en apoyo de los Planes Nacionales de Adaptación (PNA), así como lograr un mayor uso de resultados científicos en la formulación de políticas a través del fortalecimiento de la capacidad de informar las brechas y necesidades en investigación. En este sentido, la Dirección Ejecutiva del IAI está analizando con la Secretaría de la CMNUCC la posibilidad de organizar un taller de difusión científica en la región.

21. La Dirección Ejecutiva del IAI observa que Argentina, Brasil y Uruguay, en su presentación reconocieron:

...el importante papel del IPCC y otros programas científicos y organizaciones intergubernamentales, tales como el Instituto Interamericano para la Investigación del Cambio Global (IAI), del que nuestras naciones son miembros. Argentina, Brasil y Uruguay consideran que el IAI cumple una función importante en la promoción de las redes multinacionales y multidisciplinarias de investigación científica de las Américas dirigidas a orientar las acciones políticas en sus países miembros y aprecian la activa

⁶http://www4.unfccc.int/sites/SubmissionPortal/Documents/201802021137---Submission_Brazil_Research_Dialogue-%20jan_2018.mre.pdf

participación de la organización en reuniones anteriores del Diálogo sobre la Investigación.

22. Otra medida que tomó el IAI para aumentar su visibilidad y comunicar su trabajo al público general fue la asociación con SciDev.Net, una de las fuentes más confiables y autorizadas globalmente en materia de noticias, opinión y análisis sobre ciencia y tecnología para el desarrollo mundial. En el mes de marzo de 2018, se publicaron en SciDev.Net⁷ dos artículos relacionados con el IAI. El artículo *Latin America's tropical dry forests fading away (Bosques secos tropicales de la región están desapareciendo)* llegó a 79.029 lectores y *World's biodiversity lost faster than it recovers (Biodiversidad, suelo y agua: grandes afectados en la región)*, a 53.382.

23. Además, el IAI contrató al Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible (IIDS) y su Boletín de Negociaciones de la Tierra (BNT) para cubrir la CoP-26 y redactar un informe resumido. El BNT tiene una larga trayectoria en la cobertura de reuniones de los principales procesos marco internacionales y los informes y análisis de reuniones que redacta tienen una gran cantidad de lectores entre los delegados de las Partes.

Difusión

24. La Dirección Ejecutiva se unió a la campaña mundial “Project Everyone”, que contó con el respaldo de la ONU y estuvo dirigida por el cineasta Richard Curtis, cuyo objeto era llamar la atención sobre los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. Los investigadores grabaron mensajes en videos de 1 minuto utilizando sus teléfonos celulares. Los mensajes en inglés, español y portugués apuntaban a dar a conocer cuestiones importantes vinculadas con varios de los ODS. La motivación del IAI al sumarse a Project Everyone fue involucrar a su comunidad en una campaña mundial de difusión dirigida a mostrar que el cumplimiento de las metas de los ODS depende de la ciencia, y que la ciencia del cambio global no puede ser independiente del desarrollo.

25. La Dirección Ejecutiva ha dirigido sus actividades de comunicación hacia el logro de campañas consistentes en Twitter, Facebook e Instagram, entre otros. El análisis de las estadísticas de los cinco días de la campaña realizada con la Fundación Pvblic⁸ en la COP-23 de la CMNUCC (Bonn, 2017) (documento IAI/COP/26/Inf.4), ilustra el incomparable alcance de las redes sociales. En dicha COP, el IAI y Pvblic lanzaron la campaña de redes sociales *Ciencia para la Acción*, según se describe en los documentos IAI/COP/26/16 e IAI/COP/26/Inf.4. Se filmaron entrevistas⁹ con una gran diversidad de participantes de la COP-23 acerca de cuestiones vinculadas con la comunicación científica.

26. En ciertos casos, las publicaciones en las redes sociales fueron planeadas y realizadas en simultáneo con otros socios tales como el CDB, la Plataforma Intergubernamental Científico-

⁷ <http://www.iai.int/es/bosques-secos-tropicales-de-la-region-estan-desapareciendo> y <http://www.iai.int/es/nuevos-conocimientos-acerca-del-papel-de-los-bosques-secos-tropicales-en-un-mundo-15c-mas-calido>

⁸ Para mayor información acerca de la Fundación Pvblic: <https://www.pvblic.org/>

⁹ Los videos de las entrevistas están disponibles en <http://www.iai.int/es/haz-oir-tu-voz-cop-23/>

Normativa sobre Diversidad Biológica y Servicios de los Ecosistemas (IPBES) y el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático (IPCC), entre otros, con miras a contribuir con sus programas de trabajo relevantes para la región y a mostrar cómo la investigación del IAI apoya su trabajo y contribuye con las acciones y obligaciones asumidas por las Partes.

27. La comunicación de mensajes con organizaciones afines mediante el uso coordinado de las redes sociales, la amplificación de los mensajes de los socios, la redacción conjunta de comunicados de prensa y la organización de eventos paralelos han resultado ser prácticas de difusión excepcionalmente exitosas. Un ejemplo de tales prácticas y de cómo levantar el perfil del IAI para llegar a sus seguidores puede verse en los resultados de las actividades realizadas durante la semana del 5 de marzo de 2018, cuando el logo del IAI estuvo publicado al mismo tiempo en los sitios web del CDB, IPBES, CMNUCC y el IPCC. Además, la información contenía enlaces a diversas páginas del IAI, como por ejemplo, la convocatoria del Programa de Pequeños Subsidios o las actividades vinculadas con IPCC-47 e IPBES-6.

28. El *seminario de desarrollo profesional sobre enfoques transdisciplinarios para integrar ciencia y políticas para la sostenibilidad*, que tuvo lugar en Canadá entre el 3 y el 7 de octubre de 2017, incluyó un módulo en el que los participantes de comunidades indígenas, con representantes de los sectores de energía y minería, el gobierno/legislatura, el sector privado y la academia exploraron formas innovadoras de comunicar la ciencia atravesando sectores, fronteras y culturas para enfrentar los desafíos mundiales.

29. En un esfuerzo por iniciar un debate acerca del papel y la importancia de los investigadores del IAI en la comunicación de su ciencia a un público más amplio, durante la reunión de investigadores del CRN3 celebrada en Cancún, México, en diciembre de 2017, se incluyeron presentaciones a cargo del Sr. Jonathan Lynn, Jefe de Comunicaciones y Relaciones con los Medios del IPCC y el Sr. Robert Spaul, Jefe de Comunicaciones de IPBES, quienes a través de video conferencias hicieron referencia a los retos que enfrentan sus organizaciones al traducir los resultados científicos en información para ser usada por los encargados de políticas. Asimismo, identificaron áreas de cooperación posible con el IAI, incluyendo la contribución de los resultados científicos del Instituto a los procesos del IPCC e IPBES, la participación en reuniones relevantes y una mejor alineación de los proyectos científicos del IAI con los marcos ambientales nacionales.

30. Un producto exitoso diseñado para mejorar el conocimiento de temas complejos es el Curso En Línea Masivo y Abierto del IAI (CEMA) sobre los Impactos del Cambio Climático en América Latina, que se realizó en asociación con la Universidad de Alberta, las Secretarías del CDB y la CMNUCC y el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) y contó con la participación de 21 expertos reconocidos. Desde su lanzamiento en la COP-22 de la CMNUCC (Marruecos, 2016), el CEMA ha alcanzado los 9000 participantes registrados. Esta actividad fue desarrollada con el objeto de mejorar la comunicación científica en la región.

Recomendación:

31. Se invita a la Conferencia de las Partes a evaluar maneras de comprometerse y apoyar al IAI en eventos organizados durante las reuniones de los acuerdos multilaterales de las Naciones Unidas sobre el medio ambiente. Dicho apoyo podría materializarse en la forma de presentaciones y declaraciones durante los plenarios y dirigidas a poner de relieve el papel y las contribuciones de las Partes del IAI a los mencionados acuerdos, así como a través de la organización de eventos paralelos y exposiciones.

32. Se invita a la Conferencia de las Partes a apoyar un papel más activo del IAI en la comunicación científica, tales como la organización de un taller a tal fin, según fuera sugerido por Argentina, Brasil y Uruguay. Dicha actividad, a realizarse junto con la Secretaría de la CMNUCC, se concentraría en la provisión de datos e información a los encargados de formular políticas y en la traducción del conocimiento científico que se necesita para llevar adelante las políticas nacionales, regionales e internacionales.

33. Se invita a la Conferencia de las Partes a considerar la adopción de las decisiones provisionales incluidas en el Anexo 2 al presente documento.

Estrategia y plan de comunicación del IAI

Alcance y objeto

1. La estrategia y plan de comunicación del IAI tienen por objeto constituir un marco flexible para orientar las actividades y proyectos de difusión de la Dirección Ejecutiva para comunicar de manera más efectiva el objetivo, misión y logros del Instituto. Deberá servir como guía para el desarrollo y articulación de estrategias y planes de acción específicos a ser desarrollados por la Dirección Ejecutiva junto con las Partes, los grupos interesados y otros actores relevantes.
2. En líneas generales, el propósito de la Estrategia y plan de comunicación del IAI es orientar a la Dirección Ejecutiva, en colaboración con las Partes y los actores interesados relevantes en el desarrollo de estrategias eficaces de comunicación en los niveles nacional, regional e internacional para avanzar el objetivo del IAI y sus programas e iniciativas. Deberá asimismo facilitar las actividades de captación de fondos de la Dirección Ejecutiva al extender el conocimiento de los logros y programas del IAI.
3. Paralelamente con la Estrategia de Comunicación, se está desarrollando un plan de acción con pasos prácticos para llevar a cabo las recomendaciones. En la Tabla 1 se identifican los resultados deseados y las actividades propuestas para el Plan de Acción.

Metas

4. Los esfuerzos en comunicación deben incluir de forma efectiva a las Partes, los asociados, los científicos participantes en el IAI en la actualidad y en el pasado, así como a agencias y mecanismos de financiamiento. Debe también despertar el interés de nuevos donantes y socios potenciales. Una mayor visibilidad y la inclusión del IAI en las decisiones formales adoptadas por los acuerdos multilaterales sobre medio ambiente constituyen un primer paso hacia el desarrollo de un marco para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la importancia del IAI. Asimismo, la visibilidad en los medios de comunicación tradicionales y en las nuevas redes sociales es esencial para que el IAI sea más conocido y reconocido entre el público.
5. La misión del IAI debe estar claramente enlazada con las agendas regionales e internacionales de desarrollo sostenible, en especial la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, en cuanto concierne a las Américas. Para mostrar la pertinencia de la investigación del cambio global a diversas agendas, debe primero hacerse énfasis en el análisis de los inconvenientes básicos de las Partes para cumplir sus obligaciones en este marco, sus necesidades científicas y la comunicación de sus respectivas actividades y logros.
6. La agenda de cambio climático tiene particular importancia en la presente Estrategia. Es necesario encaminar esfuerzos para mostrar las contribuciones del IAI a la provisión de la

información que necesitan los encargados de políticas que trabajan en la aplicación de políticas dirigidas a enfrentar los retos que plantea el cambio climático, que incluyen los impactos a nivel nacional y regional, así como las brechas en el conocimiento científico que requieren las Partes y no Partes para abordar la adaptación.

7. De este modo, deberán fortalecerse las actividades dirigidas a lograr un mejor conocimiento de cómo el IAI contribuye al trabajo de las Naciones Unidas y otras organizaciones, los bancos y mecanismos de desarrollo, las agencias nacionales, las organizaciones no gubernamentales y los centros de investigación. Las agendas de seguridad alimentaria, seguridad hídrica y salud pública constituyen vínculos estratégicos adicionales, entre muchos otros. Presumiblemente, estos elementos temáticos estratégicos deberán vincularse con las prioridades científicas de las Partes bajo los ODS y otros marcos.

8. La comunicación necesita también involucrar a socios potenciales no tradicionales, tales como el sector privado, las comunidades indígenas y los ministerios pertinentes a la problemática del cambio global. Al contactar a estos potenciales nuevos socios, deberá ponerse énfasis en las temas centrales de interés para estos sectores donde la investigación interdisciplinaria pueda contribuir y donde el IAI pueda cumplir una función en términos de provisión de información científica y desarrollo de capacidades, entre otras actividades.

9. El sector privado constituye un nuevo público objetivo extremadamente importante. La capacidad de incluir al sector privado a través de sus canales de responsabilidad social corporativa y su trabajo en temas como el consumo sostenible resultan clave para el establecimiento de alianzas eficaces y la ampliación de la percepción pública de la importancia del IAI.

Envío de mensajes centrales: estructura y elementos de los mensajes centrales

10. La comunicación de las iniciativas en ciencia/investigación y desarrollo de capacidades debe apoyarse en información científica sólida y de excelencia. En este sentido, la alianza con la Plataforma Intergubernamental Científico-Normativa sobre Diversidad Biológica y Servicios de los Ecosistemas (IPBES) y el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático (IPCC) resulta clave para la provisión de la información necesaria para alcanzar a un público amplio y diverso, pero con foco en las Partes del IAI.

11. El IAI mantendrá informados a sus Partes, socios y otros actores interesados mediante la difusión de notificaciones oficiales a las Partes, comunicados de prensa (incluyendo la publicación de comunicados conjuntos en relación con actividades realizadas con organizaciones asociadas), la actualización de los contenidos en el sitio web así como a través de publicaciones en Facebook, Instagram y Twitter que reflejen los avances de las redes científicas financiadas por el IAI. Dadas las limitaciones de personal y de recursos en el IAI, es fundamental que las Partes y los asociados del Instituto amplifiquen los mensajes para alcanzar el mayor público posible.

Imagen corporativa

12. La imagen corporativa es un aspecto importante de las comunicaciones. Una imagen coherente, bien diseñada y atractiva puede incrementar de forma significativa el impacto de los mensajes centrales. El IAI está tomando medidas para rediseñar su sitio web con el fin de hacerlo más atractivo, sustentado en una base de datos y fácil de usar, particularmente en dispositivos portátiles pequeños. El nuevo sitio web, contendrá como un servicio para los usuarios, una lista de los científicos y expertos que han contribuido al reconocimiento del IAI por su ciencia y que han participado en proyectos y actividades patrocinados por el IAI.

13. En vista de la diversidad cultural de los públicos del IAI, donde distintas regiones de las Américas responden de forma diferente a los mensajes, resulta importante identificar cómo vincular mejor la comunicación general con cada región en particular.

14. Del mismo modo, si bien las Partes constituyen el objetivo primario, los mensajes debieran atraer también al público general, dado el potencial que tiene la opinión pública para influir en las agendas nacionales, regionales e internacionales del cambio global.

Inclusión de los pueblos originarios y las comunidades locales

15. El IAI está dedicando esfuerzos tendientes a contar con la participación de representantes indígenas en sus actividades. Es importante expandir el trabajo con los pueblos originarios y las comunidades locales (IPLC, por sus siglas en inglés) para integrar en los proyectos científicos y actividades del IAI, el conocimiento tradicional, según corresponda y con el consentimiento previo e informado de los IPLC en cuestión. En este sentido, la comunicación debiera alentar a los pueblos originarios y las comunidades locales a celebrar, promover y comunicar los conocimientos tradicionales relativos a los impactos de los cambios globales en los niveles nacional, regional y mundial. Además, la inclusión de los IPLC en la resolución de problemas vinculados al cambio global encaminará las investigaciones hacia los retos relevantes que enfrentan las comunidades indígenas y locales. Al respecto, en el canal YouTube del IAI puede verse un breve video en el que Benki Piyako Ashaninka, Líder indígena comparte su opinión¹⁰.

Compromiso del público y de grupos de interés importantes

16. Entre las principales formas de llegar al público se cuentan las consultas, las campañas informativas y los medios de comunicación – en particular, la radio, la televisión y el formato impreso. De esta forma, los medios deben ser vistos como multiplicador y canal. Los medios buscan generar contenidos que lleguen al público y por lo tanto cualquier actividad de contacto con ellos debiera adoptar este enfoque. Los contactos con los medios deben dirigirse a diversos segmentos, como los que cubren las políticas ambientales, incluyendo SciDev.Net y otros que se concentran en la difusión a un público más amplio.

17. El empresarial es también un segmento importante. La captación de fondos y la comunicación debieran tratar de conectarse con asociaciones empresariales.

¹⁰ Véase: <https://www.youtube.com/watch?v=frhGObo3riY&feature=youtu.be>

Redes y medios sociales

18. Las redes sociales constituyen un elemento importante de cualquier estrategia de comunicación. Las mismas incluyen los sitios web y las aplicaciones que permiten a los usuarios crear y compartir contenidos e interactuar entre sí. Si bien las aplicaciones de medios difieren entre países y regiones, Facebook, Twitter, Instagram y YouTube se cuentan entre las plataformas más extendidas. En los últimos años, las redes y medios sociales se han convertido en herramientas extremadamente importantes para facilitar la acción colectiva. Actualmente, el IAI utiliza Twitter, Facebook e Instagram para compartir novedades y publicar contenidos relacionados con las actividades de la Dirección Ejecutiva y los grupos de investigación. El IAI también utiliza las redes sociales en colaboración con sus socios con el objeto de amplificar mensajes específicos; un ejemplo es la actividad en estas plataformas durante IPBES-6. Las plataformas de redes sociales serán evaluadas anualmente y se considerará caso por caso la adhesión a medios nuevos relevantes.

Eventos

19. Los eventos constituyen oportunidades para la comunicación, donde los mensajes pueden difundirse a diversos públicos, en un ambiente en el que suele haber numerosos medios de comunicación y que resulta de interés a una variedad de comunidades. Las grandes conferencias internacionales, tales como la Conferencia de las Partes del CDB, la CMNUCC y el Foro Político de Alto Nivel (FPAN) entre otras, han sido típicamente el foco de las comunicaciones hasta la fecha. Las reuniones regionales, en particular, las de la Organización de los Estados Americanos (OEA) y otras organizaciones regionales representan asimismo un potencial para fortalecer el conocimiento del IAI. Si bien constituyen oportunidades importantes para desarrollar la agenda, no son las únicas. Algunas de las reuniones son las siguientes:

- (a) Reuniones de la Conferencia de las Partes del CDB;
- (b) Reuniones de la Conferencia de las Partes de la CMNUCC;
- (c) Sesiones anuales de la Asamblea General de las Naciones Unidas, Cumbres de la ONU y el FPAN;
- (d) Reuniones de la Comunidad Andina, la Comunidad del Caribe (CARICOM) y la OEA, entre otras; y
- (e) Reuniones de bancos y mecanismos internacionales y regionales de desarrollo, tales como el Banco Interamericano de Desarrollo, el CAF y el Fondo para el Medio Ambiente Mundial.

20. En todos los eventos mencionados debe procurarse contar con la participación activa de las Partes, a las que se alienta a facilitar la comunicación interministerial con miras a amplificar y difundir información relativa al IAI. Además, se alienta a las Partes a evaluar cómo podría el IAI contribuir a la redacción de recomendaciones para facilitar el diálogo en los acuerdos multilaterales sobre el medio ambiente donde las agrupaciones regionales suelen articular y presentar visiones conjuntas.

Tabla 1. Aspectos de la comunicación del IAI y propuesta de un plan de acción flexible para los primeros 5 años:

Aspecto	Resultado deseado	Acción propuesta
Posicionamiento	Mayor reconocimiento, consistencia	Realizar una campaña de generación de imagen donde se promocionen los logros y contribuciones del IAI
Mensajes estratégicos	Los mensajes que traducen los resultados científicos del IAI proveerán información e interesarán a funcionarios de gobierno de diferentes niveles. Enfoques innovadores para la comunicación científica mejorarán la visibilidad del IAI.	Adaptar los mensajes con vistas a un público/impacto específico Uso innovador, enfoques y productos para transmitir dichos mensajes (medios estratégicos y otras formas de alianza, redes sociales, web) Realizar campañas de creación de imagen corporativa (ej., campaña Ciencia para la Acción en la COP-23 de la CMNUCC)
Generación de una comunicación creativa y eficaz	Promoción de la marca del IAI entre socios clave mejorará el conocimiento de los problemas del cambio global que afectan a los habitantes de la región.	
Generación de una comunicación creativa y eficaz	Las prácticas de comunicación del IAI atraerán a socios y donantes y aumentarán la visibilidad de la organización. El IAI será reconocido por encabezar prácticas de comunicación científica que resulten en impactos mensurables en la región.	Ajustar y estructurar la difusión, web, publicaciones y otras actividades de comunicación para asegurar su consistencia Explorar vías novedosas, prácticas de avanzada y socios, y su aplicabilidad a mensajes clave, productos y actividades.
Pertinencia y noticiabilidad	Comunicación oportuna de resultados científicos en relación con noticias de actualidad.	Preparar un listado de contactos en los medios y responder a artículos

Aspecto	Resultado deseado	Acción propuesta
<p>Atracción de públicos clave</p>	<p>Cada público confiará en el IAI como fuente principal de información.</p> <p>Los productos de comunicación resultarán atractivos a todos los públicos, idiomas y culturas.</p> <p>Los socios buscarán la asistencia del IAI para preparar productos y actividades de comunicación.</p> <p>Las agencias gubernamentales tendrán un mayor conocimiento del trabajo del IAI como fuente de información y buscarán asociarse con el Instituto para realizar diversas actividades (ej., la agencia gubernamental INECC de México ha solicitado que el CEMA del IAI cuente con certificación para poder brindar el curso a sus empleados)</p>	<p>publicados de forma sistemática con comentarios de investigadores actuales o anteriores del IAI.</p> <p>Tomar en cuenta al público objetivo desde las etapas iniciales del planeamiento de iniciativas y eventos, incluyendo el modo de incluirlos en el codiseño de estrategias con foco en su impacto potencial.</p> <p>Diseñar estrategias específicas para cada producto y actividad con el fin de llegar a los grupos de interés claves.</p> <p>Tomar en cuenta las necesidades de información y el lenguaje de cada grupo objetivo, adaptar acordemente las herramientas de comunicación nuevas y tradicionales.</p> <p>Crear productos y herramientas en conjunto con socios para facilitar la participación dirigida y la difusión del conocimiento.</p> <p>Establecer cooperaciones estratégicas con agencias gubernamentales</p>
<p>Creación de una cultura eficaz de comunicación en el IAI</p>		

Aspecto	Resultado deseado	Acción propuesta
	<p>Las prácticas eficaces de comunicación estratégica se vuelven parte integral y gratificante del trabajo.</p> <p>Ser reconocido por tener productos de comunicación destacados, interesantes, innovadores y eficaces que resultan útiles e informativos y comunicar de manera eficaz el trabajo y mandato del IAI en la región.</p>	<p>Autorizar a una organización de comunicación y difusión bien posicionada y dotada para que brinde asistencia en la ejecución de la estrategia de comunicación.</p> <p>Trabajar con las Partes en la identificación de sus necesidades en comunicación científica</p> <p>Ajustar todas las actividades de comunicación de manera de asegurar su consistencia.</p> <p>Desarrollar junto con otros socios capacitaciones, herramientas, seminarios web, <i>podcasts</i> y talleres de comunicación científica.</p> <p>Exigir que los que reciben subsidios competitivos dediquen parte de sus presupuestos y personal a la realización de productos de comunicación como parte de las actividades de sus proyectos.</p>

Síguenos:

Facebook: @InterAmericanInstituteforGlobalChangeResearch

Instagram: IAI_globalchange

Twitter: @IAI_news

YouTube: <https://www.youtube.com/user/iaiweb>

IAI/COP/26/18a

Anexo 2

Decisiones provisionales de la Conferencia de las Partes

Estrategia de comunicación de largo plazo

Dirigidas a la Dirección Ejecutiva del IAI

XXVI/xx. Se dispone que la Dirección Ejecutiva adopte la *Estrategia y plan de comunicación del IAI* con el objeto de ampliar el conocimiento de la agenda científica del IAI, su programa de desarrollo de capacidades y las actividades dirigidas a la provisión de datos e información a los encargados de políticas y otros grupos de interés.

XXVI/xx. Se dispone que la Dirección Ejecutiva apoye a las Partes en la promoción de sinergias y la cooperación con los acuerdos multilaterales sobre el medio ambiente y organizaciones internacionales en el diseño y ejecución de actividades y proyectos de comunicación científica.

XXVI/xx. Se dispone que la Dirección Ejecutiva, junto con la CMNUCC y otros aliados estratégicos y con sujeción a la disponibilidad de recursos económicos, organice iniciativas de comunicación científica, tales como un taller regional y otras actividades de difusión tendientes a fortalecer la provisión de datos e información a los encargados de políticas y la difusión de los conocimientos científicos necesarios para la puesta en marcha de políticas nacionales, regionales e internacionales bajo el Acuerdo de París y otros acuerdos multilaterales sobre el medio ambiente.