



CONVENCIÓN SOBRE LAS ESPECIES MIGRATORIAS

Distribución: General

PNUMA/CMS/COP11/Doc. 19.2/
Rev.1
23 de septiembre de 2014

Español
Original: Inglés

11ª REUNIÓN DE LA CONFERENCIA DE LAS PARTES
Quito, Ecuador, del 4 al 9 de noviembre del 2014
Punto 19.2 del orden del día

Plan de Comunicación, Información y Difusión 2015 - 2017

PROMOVER MEDIDAS DE ALCANCE MUNDIAL PARA LAS ESPECIES MIGRATORIAS

(Preparado por la Secretaría del PNUMA/CMS)

Sumario

Es necesario adoptar urgentemente un enfoque más estratégico, coherente y sostenido de la comunicación, tanto a nivel nacional como internacional para sensibilizar al público acerca de la necesidad de conservar las especies migratorias del mundo.

Una comunicación eficaz, estratégica y selectiva, que aumente el aprecio de la CMS y de sus Acuerdos como una familia coherente de tratados intergubernamentales que fomentan activamente medidas internacionales de colaboración y conservación para los animales migratorios del planeta, suscitará un mayor apoyo político para los propios objetivos y metas de estos tratados.

En este Plan de comunicación, información y difusión se esboza una posible vía para elaborar un enfoque estratégico, coherente y sostenido para las comunicaciones en el ámbito de la familia de la CMS, centrandó la atención inicialmente en la CMS y el AEWa para el período 2015-2017.

El plan incluye tres actividades de máxima prioridad concebidas para mejorar la orientación estratégica y la coherencia general de las comunicaciones de la CMS y del AEWa, como modelo para la familia de la CMS, en el curso del próximo trienio.

Las actividades comprenden:

1. la elaboración de una estrategia de comunicación y un identificativo común;
2. el fortalecimiento del Equipo conjunto de comunicaciones, gestión de la información y sensibilización del público; y
3. la elaboración de un Programa de comunicación, educación y sensibilización del público (CESP).

Introducción

1. La falta de sensibilización del público acerca de la importancia de las especies migratorias como componente importante de la biodiversidad mundial constituye uno de los mayores obstáculos al logro de los objetivos de la Convención, así como los de sus Acuerdos hijos.
2. Sin una amplia comprensión y sensibilización públicas respecto de los múltiples valores ambientales, culturales y económicos de las especies migratorias de animales silvestres, así como de las amenazas a las que se enfrentan las especies y las medidas que pueden adoptar las personas, las organizaciones y los gobiernos para la conservación, será difícil, si no imposible, lograr a la larga los objetivos de la Convención y los de sus acuerdos.
3. Los esfuerzos mundiales por conservar las especies migratorias sólo se fortalecerán si se intensifican los esfuerzos nacionales e internacionales destinados a sensibilizar al público sobre las especies migratorias, de manera que contribuyan a generar la "voluntad política" y el apoyo necesarios, a fin de que los gobiernos, las organizaciones y las personas adopten las medidas necesarias para las especies migratorias a escala nacional y mundial.

Principios generales de la comunicación

4. La siguiente selección de principios generales de la comunicación guiará los esfuerzos de la CMS en este campo a lo largo del próximo trienio. La lista debe considerarse como un conjunto inicial de principios rectores, que se revisarán y mejorarán durante el proceso de elaboración de la estrategia de comunicación que se lleve a cabo en el curso del próximo trienio:
 - toda comunicación debería guiarse por una estrategia (comunicaciones estratégicas);
 - la comunicación es un esfuerzo colectivo de toda la Secretaría, las Partes y todas las partes interesadas;
 - la comunicación debería servir de apoyo a la implementación de la Convención y sus Acuerdos y estar en consonancia con las metas y los objetivos de los tratados;
 - el impacto de la comunicación se fortalece a través de los asociados (trabajo con todas las partes interesadas de la familia de la CMS, las Partes, las organizaciones intergubernamentales [OIG], las organizaciones no gubernamentales [ONG], las personas y los embajadores);
 - dirigir la comunicación a destinatarios específicos a través de campañas (Día Mundial de las Aves Migratorias y campañas específicas menores en torno a problemas de conservación, grupos de especies y amenazas comunes);
 - los esfuerzos de comunicación deberían ser coherentes y estar alineados en el ámbito de la familia de la CMS;
 - en la comunicación deberían utilizarse elementos creativos, emocionales y visuales;
 - debería incrementarse el uso de los medios de comunicación sociales y de materiales audiovisuales para transmitir los mensajes;

- debería mejorarse la gestión de la información y los conocimientos de la CMS y sus Acuerdos en cuanto columna vertebral de la comunicación y la aplicación eficaces; y
- deberían intensificarse y mejorarse las actividades de comunicación, educación y sensibilización del público (CESP) a nivel nacional, sobre la base de los programas de CESP existentes en el ámbito de otros acuerdos multilaterales sobre el medio ambiente (AMUMA) relacionados con la biodiversidad.

Actividad prioritaria 1: elaborar una estrategia de comunicación y un identificador común

5. Debería elaborarse una estrategia de comunicación que dé lugar a un enfoque más coherente de la comunicación por parte de la CMS y en el ámbito de la familia más amplia de la CMS. La estrategia deberá estar en consonancia con los objetivos generales de la CMS y sus Acuerdos y funcionar como documento de orientación en el que se definan los objetivos, los destinatarios y los instrumentos de comunicación, así como los recursos necesarios para realizar comunicaciones eficaces en los próximos años.

6. Los trabajos sobre tal estrategia común de comunicación para la familia de la CMS se ha iniciado ya en el marco de los servicios experimentales conjuntos en el ámbito de la comunicación entre las Secretarías de la CMS y del AEWA. Sobre la base de los mandatos otorgados por las Partes en la CMS y en el AEWA a través de la Resolución 5.5 del AEWA y la Resolución 10.9 de la CMS, los Secretarios Ejecutivos de la CMS y del AEWA han recomendado que se elaboren "estrategias de comunicación alineadas estratégicamente" para la CMS y el AEWA, que se basen en todos los mandatos anteriores otorgados a las Secretarías por sus respectivas Partes para la comunicación y las actividades relacionadas con la gestión de la información.

7. El objetivo es llegar a una estrategia mundial de comunicación para el fomento de medidas destinadas a la conservación de las especies migratorias (estrategia marco de la CMS) complementadas con una estrategia de comunicación coherente, estratégicamente alineada y orientada para el AEWA (centrando la atención en los objetivos del AEWA, pero alineada con los objetivos mundiales de la Convención). Las nuevas estrategias para la CMS y el AEWA constituirán los primeros ejemplos de estrategias de comunicación alineadas en el ámbito más amplio de la familia de la CMS, que desempeñan también la función de posible modelo para otros Instrumentos de la CMS.

8. En las nuevas estrategias de comunicación se tendrán en cuenta el Plan Estratégico 2015-2023 de la CMS, que se está alineando con el Plan Estratégico para la Diversidad Biológica 2011-2020 y, en particular, con sus metas de Aichi, tal como fue aprobado por la Conferencia de las Partes en el Convenio sobre la Diversidad Biológica, el Plan Estratégico 2009-2017 del AEWA y la Resolución 5.23 del AEWA; así como los documentos estratégicos y relacionados con la comunicación de otros AMUMA que están relacionados con la biodiversidad.

9. Las futuras estrategias de comunicación alineadas se convertirán en documentos de orientación no sólo para las Secretarías de la CMS y del AEWA, sino también para las Partes y otros interesados. En las estrategias de comunicación se pondrán de relieve los beneficios que derivan de un enfoque más coordinado en el sector de las comunicaciones, la difusión y la gestión de la información entre la CMS y el AEWA y en el ámbito de la familia de la CMS en

su conjunto, evaluando al mismo tiempo los recursos humanos y financieros necesarios para implementar las nuevas estrategias.

10. Se espera que un consultor independiente, bajo la supervisión de los Secretarios Ejecutivos de la CMS y del AEWA y el Equipo conjunto de comunicaciones, gestión de la información y sensibilización del público, se ocupe de elaborar las estrategias de comunicación de la CMS y del AEWA. En la COP11, la Secretaría presentará a las Partes un primer proyecto de documento de conceptos sobre las estrategias, junto con una propuesta de un procedimiento entre reuniones para su perfeccionamiento y aprobación.

11. Tras la adopción de las estrategias de comunicación alineadas por las Partes en la CMS y en el AEWA, debería contratarse a un consultor para que elabore un nuevo identificativo para la CMS y sus Acuerdos, lo que dará lugar a una representación más coherente de la nueva identidad de la familia de la CMS. De esta labor de creación de un nuevo identificativo debería ocuparse una persona o empresa que tenga experiencia y esté especializada en la elaboración de estrategias de creación de identificativos para las organizaciones, con el fin de garantizar que el nuevo identificativo común dé lugar a una imagen más coherente de la familia de la CMS para el mundo exterior.

Actividades y recursos necesarios

- Un experto consultor independiente para elaborar la estrategia de comunicación (financiación asegurada: 20.000 EUR/fondos adicionales necesarios: 50.000 EUR)
- Taller(es) de elaboración de la estrategia de comunicación (taller para asegurar un proceso participativo que comprenda a todas las partes interesadas, incluidos los puntos focales de la CMS y del AEWA, las Secretarías de la familia de la CMS, los principales asociados en la comunicación y expertos en comunicación) (Financiación necesaria: 50.000 – 100.000 EUR)
- Elaboración de un identificativo común para la familia de la CMS (financiación necesaria: 80.000 EUR)

Actividad prioritaria 2: fortalecer el Equipo conjunto de comunicaciones, gestión de la información y sensibilización del público

12. En enero de 2014, se estableció un Equipo conjunto de comunicaciones, gestión de la información y sensibilización del público integrado por personal de las Secretarías de la CMS y del AEWA como proyecto experimental para demostrar las ventajas de los servicios compartidos. Forma parte de un proceso que se inició en relación con el "Proceso de la estructura futura" en la COP10 de la CMS a través de la Resolución 10.9 de la COP de la CMS y responde a las peticiones formuladas tanto por el Comité Permanente del AEWA en su 9ª reunión como por el Comité Permanente de la CMS en su 41ª reunión.

13. El nuevo equipo conjunto de comunicaciones, que está funcionando ya desde enero de 2014, fue establecido por la Secretaria Ejecutiva de la CMS, a través de un memorando entre oficinas, como fase experimental para demostrar los beneficios que derivan de los servicios compartidos. El equipo recién establecido tiene que desempeñar un amplio espectro de tareas y funciones que pueden agruparse ampliamente en las esferas de las comunicaciones, la

gestión de la información, la sensibilización del público, los eventos especiales, la difusión y las campañas.

14. El Oficial de información del AEWA fue nombrado Coordinador del nuevo equipo, mientras que la responsabilidad general de la supervisión incumbe al Secretario Ejecutivo de la CMS, que está trabajando en estrecha colaboración con el Secretario Ejecutivo del AEWA para proporcionar la dirección general y asegurar que la fase experimental será mutuamente beneficiosa para las dos Secretarías, además de ser un ejemplo del éxito de los servicios compartidos y las sinergias entre ellos.

15. Desde marzo de 2014, el nuevo equipo de comunicaciones de la CMS y el AEWA ha sido coubicado en la misma planta de oficinas del edificio del Campus de las Naciones Unidas en Bonn, en oficinas contiguas, con el fin de facilitar la comunicación y la colaboración. El nuevo equipo está compuesto actualmente por un funcionario de categoría profesional y dos de servicios generales además de personal temporal destacado, que comprende un redactor y editor provenientes de la Secretaría del PNUMA/CMS, así como un funcionario de categoría profesional a tiempo completo y uno a tiempo parcial de servicios generales provenientes de la Secretaría del PNUMA/AEWA. Cabe señalar que los sueldos tanto del funcionario de categoría profesional como del editor de la CMS no están cubiertos actualmente por el presupuesto básico del personal.

Composición y ventajas del nuevo equipo conjunto

16. Aunque el análisis completo de la fase experimental que se presenta a las Partes en la COP11 proporcionará una visión más completa de las ventajas e inconvenientes del equipo conjunto de comunicaciones, tras los primeros pocos meses de la fase experimental, ha quedado demostrado que la fusión del personal de comunicación de las Secretarías tanto de la CMS como del AEWA puede aportar beneficios en términos de fortalecimiento de la coordinación de las actividades de comunicación, mejoras a través de la especialización, del hecho de compartir recursos, elaborar instrumentos de trabajo y estrategias comunes y aportar mayor coherencia a la labor de la CMS y del AEWA.

17. Por ejemplo, algunos de estos sectores comunes comprenden: la redacción y edición, la gestión de la información y de los sitios web, la presentación de informes nacionales en línea, las relaciones con la prensa y los medios de comunicación, el diseño y la elaboración de publicaciones y contenidos multimediales, organización de eventos y campañas especiales (como el Día Mundial de las Aves Migratorias), el uso de los medios de comunicación sociales y la dirección y la gestión estratégicas. Mientras todas estas tareas eran atendidas antes por cada Secretaría de forma independiente pero con insuficientes recursos humanos, ahora son abordadas por la nueva unidad como esferas y tareas especializadas.

Deficiencias actuales y posibles sectores que requieren ser reforzados

18. Si bien en la estrategia de comunicación para la CMS y el AEWA se proporcionará una visión más completa de la actual capacidad frente a las necesidades reales tanto de la CMS como del AEWA en el sector de las comunicaciones y la gestión de la información, es posible determinar ya los sectores que se beneficiarían de este fortalecimiento.

19. El puesto de Oficial de información asociado de la CMS es un puesto fundamental en el nuevo equipo, ya que cubre las crecientes necesidades de gestión de la información de ambas Secretarías y representa una gran parte de la contribución de la CMS a la nueva unidad

conjunta de comunicaciones, por lo que se ha incluido en las tres hipótesis presupuestarias de la COP11.

20. Además, el nuevo equipo conjunto de comunicaciones se ha beneficiado considerablemente de los acuerdos de dotación de personal temporal destacado de la CMS, que ha desempeñado una función fundamental en la prestación de apoyo a ambas actividades y tareas de comunicación, que no podían ser atendidas por el personal básico actual.

Mejora de la gestión de los conocimientos y la información

21. El Oficial de información asociado de la CMS desempeña una función fundamental en el nuevo equipo conjunto de comunicaciones. El Oficial se encarga de la gestión general de los sitios web de la familia de la CMS y otras herramientas y plataformas en línea compartidas, entre ellas los espacios de trabajo en línea, el mecanismo de inscripción para reuniones, la base de datos de contactos, el mecanismo de distribución del boletín informativo, el mantenimiento técnico del sistema de presentación de informes en línea y la comunidad electrónica (e-comunidad) de los puntos focales nacionales (PFN). La inclusión del Oficial de información asociado en el próximo presupuesto de la CMS contribuirá a fortalecer considerablemente la capacidad general de gestión de la información y los conocimientos en el nuevo equipo conjunto de comunicaciones y a asegurar la capacidad interna de gestión de la información.

Servicios de redacción y edición

22. Una función fundamental en el nuevo equipo conjunto de comunicaciones actualmente atendida a través de los acuerdos de dotación de personal temporal destacado es el del redactor y editor dedicado a esta función. Las principales tareas comprenden la redacción y edición de informes, artículos, incluidos los artículos de opinión y documentos, así como la redacción de noticias y la edición de artículos para la página web. Tal redactor y editor dedicado en el equipo de comunicaciones es un bien esencial cuando se trata de la nueva producción de contenidos y ha contribuido a mejorar la calidad general de todos los productos de comunicación escritos y otros documentos elaborados por las Secretarías. Además, el personal temporal ha prestado apoyo tanto a las Secretarías de la CMS como de los Acuerdos como redactor de informes para numerosas reuniones y forma parte del pequeño equipo de la web encargado del mantenimiento normal de los diferentes sitios web.

Gestión de campañas internacionales y de los medios de comunicación social

23. En los últimos diez años, la CMS y sus Acuerdos han sido los principales impulsores de varias campañas de difusión mundial satisfactorias, dedicadas a la sensibilización del público acerca de las especies migratorias y la necesidad de su conservación. Tanto las series de campañas de "año de" dedicadas a los delfines, los murciélagos y los gorilas como, en particular, la campaña anual del Día Mundial de las Aves Migratorias (DMAM) iniciada en 2006 han constituido ejemplos de gran éxito de los esfuerzos mundiales de sensibilización del público emprendidos conjuntamente por las Secretarías de la CMS y del AEWA.

24. Sin embargo, el crecimiento constante de la popularidad y la expansión de las campañas como el DMAM está demostrando cada vez más que plantea un desafío en términos de capacidad del personal a ambas Secretarías, no obstante la formación de un nuevo equipo conjunto de comunicaciones. De hecho, fue sólo gracias al apoyo de un consultor temporal que las dos Secretarías pudieron continuar ocupándose del funcionamiento de las campañas del DMAM en los últimos tres años. Las exigencias de realización de estas

crecientes campañas mundiales como el DMAM han desbordado simplemente la capacidad y la experiencia internas disponibles en las Secretarías.

25. Al mismo tiempo, las campañas como el DMAM y el Año del Murciélago han constituido grandes terrenos de prueba para que las Secretarías pudieran explorar y adquirir una valiosa experiencia en el uso de instrumentos de los medios de comunicación sociales para la difusión internacional. No obstante, se ha ampliado también recientemente el uso de los canales de comunicación sociales como Facebook y Twitter fuera de las campañas, pero resulta cada vez más difícil, tanto para la CMS como el AEWA, mantenerse al día con la creciente demanda de utilización eficaz de los diversos canales de comunicación sociales.

26. Teniendo presente este contexto, junto con el reconocimiento de que tanto la demanda de servicios de redacción y edición como las demandas derivadas de la aparición de nuevos medios de comunicación y campañas internacionales sobre las especies como el DMAM probablemente seguirán creciendo, la Secretaría desearía alentar a las Partes a considerar seriamente la posibilidad de aportar contribuciones voluntarias y/o personal cedido gratuitamente para prestar apoyo al nuevo equipo conjunto de comunicaciones en estos sectores. A largo plazo, las Partes pueden considerar también la idea de trabajar a favor del establecimiento de una solución más sostenible que conduzca a sanar estas deficiencias.

Análisis de la fase experimental y primeras enseñanzas aprendidas

27. Al emprender la primera parte de la fase experimental, el Comité Permanente de la CMS ha pedido al Secretario Ejecutivo de la CMS, en cooperación con el Secretario Ejecutivo del AEWA, que prepare un análisis y una propuesta que identifique las mejores oportunidades para dicha fase experimental. A tal propósito, el Secretario Ejecutivo de la CMS ha preparado la *Propuesta para mejorar la eficiencia y la eficacia de la familia de la CMS* [UNEP/CMS/COP11/Doc.16.2], en la que se sostiene que los servicios compartidos de comunicación, gestión de la información y sensibilización del público son los más idóneos para una actividad experimental en esta fase y ofrecen las mejores perspectivas de adquirir mayor experiencia en materia de sinergias y de "aprender haciendo".

28. La Secretaría presentará un informe a la COP11 sobre los resultados reproducibles y cuantificables de la fase experimental, que se comunicaría también a las Partes como parte de un paquete para una nueva decisión sobre las sinergias para otros servicios comunes. En el informe se expondrán los progresos realizados hasta el momento en la realización de la fase experimental y se analizarán las enseñanzas aprendidas, a fin de ayudar a orientar y dar seguridades a las Partes acerca de la futura realización conjunta de servicios comunes de la CMS, el AEWA y otras posibles sinergias en el ámbito de la familia de la CMS.

29. Aunque el período transcurrido desde la formación del nuevo equipo de comunicaciones es relativamente breve, se han desprendido ya una serie de enseñanzas y puntos importantes para que puedan ser examinados por las Partes:

- Un equipo conjunto de comunicaciones necesita una estrategia de comunicación eficaz y práctica para orientar su trabajo. Se requiere una estrategia que asegure que todos los esfuerzos de comunicación realizados por el equipo conjunto se orienten por claros objetivos estratégicos de comunicación, tenga destinatarios y actividades claramente definidos, así como instrumentos de comunicación adecuadas y los recursos necesarios para realizar los trabajos.

- El enfoque conjunto sólo tiene sentido si el resultado es un equipo de comunicaciones bien gestionado, coordinado y fortalecido en el que las tareas están claramente definidas, especializadas y distribuidas de forma homogénea en todo el equipo.
- El equipo conjunto de comunicaciones necesita un mandato claro de las Partes tanto en la CMS como en el AEWA, que los recursos necesarios estén ya disponibles para llevar a cabo sus actividades y el pleno apoyo de la Administración superior y el personal de ambas secretarías.
- Incluso con la actual composición del equipo conjunto, ha quedado claro que la capacidad de atender todos los sectores de trabajo es actualmente insuficiente. No obstante las ventajas de especialización que se obtienen a través de la creación de un equipo conjunto más amplio, el extenso espectro de actividades y la actual carga de trabajo de los miembros del equipo indican que o bien deberán reducirse y/o simplificarse las actividades o bien deberá incrementarse la capacidad del equipo en el período de medio a largo plazo.

Cómo fortalecer el equipo conjunto de comunicaciones

30. Considerando que las Partes en la CMS y en el AEWA son favorables a establecer una Unidad común de comunicaciones, gestión de la información y sensibilización del público de la CMS y del AEWA y a extender el servicio a la familia de la CMS (es decir, a superar la fase experimental), sería importante que las Partes examinaran las siguientes fases y recursos necesarios para asegurar el funcionamiento eficaz y sostenido a largo plazo de la nueva unidad común de comunicaciones:

- Debe asegurarse la actual composición y dotación de personal del nuevo equipo conjunto. El objetivo principal debería ser el de garantizar que se tenga en cuenta a todos los miembros del equipo, es decir, se asegure su inclusión en futuras consideraciones presupuestarias.
- El puesto de Oficial de información asociado de la CMS es un puesto de importancia fundamental en el nuevo equipo y representa gran parte de la contribución de la CMS a la unidad conjunta de comunicaciones. Las Partes deberían reconocer estos aspectos y considerar el establecimiento de este puesto según se refleja ya en el Anexo 2 de la Resolución 10.1 de la CMS *"Actividades a ser financiadas con contribuciones voluntarias por la estructura futura"*.
- Las Partes podrían considerar la posibilidad de aportar contribuciones voluntarias y/o personal cedido gratuitamente para fortalecer ulteriormente el equipo en términos de capacidad humana para atender las crecientes demandas de las Secretarías, en especial en lo que respecta a la realización de las campañas anuales de difusión internacionales para las especies migratorias (es decir, el Día Mundial de las Aves Migratorias) así como para ampliar el uso eficaz de los medios de comunicación social.

Actividad prioritaria 3: elaborar un Programa de comunicación, educación y sensibilización del público (CESP)

31. Tanto el Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) como la Convención de Ramsar sobre los Humedales disponen de programas de comunicación, educación y sensibilización del público (CESP) bien establecidos, que tienen por objeto la creación de capacidad en estos sectores para las Partes en los dos convenios. Los programas de CESP se han convertido en instrumentos básicos de apoyo para la implementación de los dos convenios y se basan en el reconocimiento de que un programa de CESP puede desempeñar una importante función en su implementación y en la consecución de los objetivos de dichos convenios.

32. En el contexto del CDB, ha sido el artículo 13, en el que se exhorta a las Partes a promover y fomentar la comprensión y la elaboración de programas de educación y sensibilización del público para que tome conciencia de la biodiversidad, que en última instancia ha llevado a elaborar el Programa de CESP para el CDB. El reconocimiento, por las Partes en el CDB, de la importancia de la CESP ha determinado una serie de decisiones sucesivas del CDB y ha sido reforzada más recientemente por la adopción de las Metas de Aichi para la biodiversidad, que en la Meta 1 exhortan a todas las Partes en el CDB a trabajar para que "las personas tomen conciencia del valor de la diversidad biológica y de los pasos que pueden seguir para su conservación y utilización sostenible para el año 2000 a más tardar".

33. Aunque tanto la Convención como sus Acuerdos presentan una redacción similar en lo que respecta a "sensibilizar al público" acerca de los contenidos y objetivos de la Convención y sus Acuerdos y se han adoptado una serie de decisiones relacionadas con la comunicación, la creación de capacidad y sensibilización del público, actualmente no se dispone de un programa de CESP en el ámbito de la familia de la CMS.

34. No obstante, los primeros pasos hacia un Programa de CESP en la familia de la CMS los han dado las Partes en el AEWA en su quinta Reunión de las Partes (MOP), mediante la Resolución 5.5 de la MOP del AEWA sobre la "Implementación y revisión de la estrategia de comunicación". Si bien en sus peticiones no llega hasta el punto de solicitar la elaboración de un Programa completo de CESP, la Resolución 5.5 del AEWA contiene una serie de medidas relacionadas con el CESP para ambas Partes y la Secretaría, incluida una invitación a las Partes Contratantes del AEWA para que designen un punto focal nacional adecuado para cuestiones relacionadas con la CESP, ya sea del sector gubernamental como no gubernamental, con objeto de ayudar a coordinar la aplicación nacional y regional de la Estrategia de comunicación del AEWA.

35. Sobre la base de las mencionadas dos actividades prioritarias relacionadas con el Plan de comunicación, información y difusión de la CMS para el período 2015 – 2017, la Secretaría se propone examinar la posibilidad de elaborar el Programa conjunto de CESP para la CMS y el AEWA como programa transversal entre las dos Secretarías. Compartido inicialmente entre la nueva Unidad común de comunicaciones y el personal correspondiente de creación de capacidad de la CMS y el AEWA, el programa podría convertirse luego en un Programa de CESP que abarque y atienda a toda la familia de la CMS.

36. La elaboración propuesta del Programa de CESP de la familia de la CMS reforzaría la estrategia de comunicación actualmente en elaboración y se convertiría en un vehículo de importancia primordial para apoyar su implementación, en particular a nivel nacional y regional. En consecuencia, la Secretaría propone que se inicie la elaboración de un Programa

de CESP sólo después de la adopción de las nuevas estrategias de comunicación de la CMS y el AEWa, con el fin de asegurar un enfoque coherente y estratégico, y permitir a las Secretarías invertir la máxima capacidad humana para la elaboración de tal Programa conjunto de CESP.

37. La elaboración de un Programa de CESP para la familia de la CMS debería guiarse también por las consideraciones de que sería necesario que disponga de financiación suficiente, que debería basarse en la experiencia y los instrumentos de trabajo existentes, obtenidos en el contexto de otros AMUMA, y que debería procurar crear sinergias entre los diversos programas y actividades de CESP existentes en el ámbito de los AMUMA, según sea apropiado y posible.

Actividades y recursos necesarios

- Un experto consultor independiente para elaborar el Programa de CESP para la familia de la CMS (financiación necesaria: 80.000 EUR/ habrá de iniciar en 2017)
- Taller(es) de elaboración del Programa de CESP (taller(es) de puesta en marcha para asegurar un proceso participativo que comprenda a múltiples partes interesadas, incluidos los puntos focales de la CMS y del AEWa, las Secretarías de la familia de la CMS, los principales asociados en la comunicación y expertos en CESP) (financiación necesaria: 50.000–100.000 EUR/ habrá de iniciar en 2017)
- Elaboración de un conjunto de instrumentos de trabajo y Manual de capacitación de CESP para complementar el Manual de capacitación de los PFN de la familia de la CMS (financiación necesaria: 200.000 EUR)

Acción que se solicita:

Se solicita a la Conferencia de las Partes que:

- (a) Tome nota del documento y formule sus observaciones según proceda.
- (b) Apruebe el proyecto de resolución que figura en el Anexo.

ANEXO

PROYECTO DE RESOLUCIÓN

PLAN DE COMUNICACIÓN, INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN

Consciente de la importancia de la comunicación como elemento central y transversal para la implementación de la Convención y sus Acuerdos;

Subrayando la necesidad urgente de sensibilizar en mayor medida al público acerca de las especies migratorias, las múltiples amenazas a las que se enfrentan, los obstáculos a su migración y la importante función que puede desempeñar la comunicación en fomentar medidas destinadas a mitigar estas amenazas tanto a nivel nacional como internacional;

Recordando el párrafo 4 (j) del Artículo IX de la Convención, que establece que incumbe a la Secretaría "informar a la opinión pública sobre la presente Convención y sus objetivos";

Teniendo en cuenta la importante contribución que la Convención y sus Acuerdos harán con miras a lograr las Metas de Aichi para la biodiversidad adoptadas por la Conferencia de las Partes en el Convenio sobre la Diversidad Biológica en su décima reunión, en particular en lo que respecta a la Meta 1 de procurar que las personas tomen conciencia del valor de la diversidad biológica y de los pasos que pueden seguir para su conservación y utilización sostenible;

[Reconociendo la función esencial que la comunicación desempeñará en implementar el Plan estratégico para las especies migratorias 2015-2023 aprobado en la 11ª Reunión de la Conferencia de las Partes en la CMS, en particular con respecto a la Meta 1 del Plan actualizado, en la que se piden acciones que contribuyan a que las personas tomen conciencia de los múltiples valores de las especies migratorias y sus hábitats así como de los sistemas de migración, y se indican las medidas que pueden adoptarse para conservarlos y asegurar la sostenibilidad de cualquier uso;]

Reconociendo la importancia del proceso de la Estructura futura iniciada a través de la Resolución 10.9 de la CMS, con objeto de aumentar la eficiencia y mejorar las sinergias en toda la familia de la CMS en el contexto más amplio de la gobernanza medioambiental internacional promovida en Río +20 y otros procesos en los que se subraya la necesidad de crear nuevas sinergias entre los AMUMA;

Recordando la decisión adoptada por el Comité Permanente del AEWA en su novena reunión por la que se solicita al Director Ejecutivo interino del AEWA y el Secretario Ejecutivo de la CMS que desarrollen nuevas sinergias entre el AEWA y la CMS y adopten medidas para fusionar los servicios y las áreas comunes; y

Recordando además que el Comité Permanente de la CMS en su 41ª reunión apoyó la petición del Comité Permanente del AEWA de que se emprendiera una fase experimental sobre los servicios comunes entre las Secretarías;

*La Conferencia de las Partes en la
Convención sobre la Conservación de las Especies Migratorias de Animales Silvestres*

1. *Aprueba* el Plan de comunicación, información y difusión de la CMS para 2015-2017 e *insta* a las Partes, a los Instrumentos de la familia de la CMS, al PNUMA y a todos los asociados y partes interesadas a que trabajen en favor de la conservación de las especies migratorias, de forma activa para ayudar a implementar el Plan y proporcionen tanto contribuciones voluntarias como apoyo en especie, en particular para las actividades prioritarias identificadas en el Plan;

2. *Acoge* con satisfacción la iniciativa del Secretario Ejecutivo de la CMS y el Secretario Ejecutivo en funciones del AEWA de establecer una nueva Unidad conjunta de comunicación, gestión de la información y sensibilización del público al servicio de las Secretarías de la CMS y del AEWA como fase experimental que demuestre mayores sinergias en el ámbito de la familia de la CMS a través de la prestación de servicios conjuntos en el sector de las comunicaciones;

3. *Está de acuerdo* en que se proporcionen recursos suficientes en el Presupuesto de la CMS para 2015-2017 a fin de apoyar la realización de las actividades descritas en el Plan de comunicación, información y difusión para 2015-2017 y el funcionamiento eficaz de la nueva Unidad conjunta de comunicación, gestión de la información y sensibilización del público;

4. *Pide* al Secretario Ejecutivo de la CMS que continúe trabajando en estrecha colaboración con el Secretario Ejecutivo del AEWA para orientar los trabajos de la nueva Unidad conjunta de comunicación, gestión de la información y sensibilización del público y asegurar la elaboración e implementación de estrategias de comunicación alineadas estratégicamente para la CMS y el AEWA como modelos para mejorar las sinergias en el ámbito de la familia de la CMS;

5. *Pide* al Secretario Ejecutivo de la CMS que presente la nueva estrategia de comunicación de la CMS al Comité Permanente de la CMS en su 44ª reunión para su adopción e *invita* a las Partes en el AEWA que en su sexta Reunión de las Partes adopten una nueva estrategia de comunicación del AEWA estratégicamente alineada;

6. *Pide* a las Partes que proporcionen contribuciones voluntarias para la elaboración y la implementación de la estrategia de comunicación y para las actividades de comunicación en curso emprendidas por la Secretaría, dando prioridad a las actividades propuestas en el Plan de comunicación, información y difusión para 2015-2017 de la CMS; y

7. *Revoque* las Resoluciones 8.8 y 10.7.