

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL IPCC

Aprobada en la trigésima quinta reunión del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (Ginebra, 6 a 9 de junio de 2012) y enmendada en la cuadragésima cuarta reunión (Bangkok, 17 a 20 de octubre de 2016)

Introducción

En la trigésima tercera reunión del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC), celebrada en Abu Dhabi en mayo de 2011, se aprobó el documento *Guidance on IPCC Communications Strategy* (Directrices sobre la Estrategia de comunicación del IPCC)¹ conforme a las recomendaciones formuladas por el Consejo Interacadémico en agosto de 2010 que proponían la elaboración de una estrategia de comunicación. Estas Directrices continúan siendo el marco del IPCC en materia de comunicación, y en el presente documento se incorporan partes conexas pertinentes de dicho documento.

En la trigésima quinta reunión del IPCC, celebrada en Ginebra en junio de 2012, se aprobó la *Estrategia de comunicación del IPCC* y se solicitó al Comité ejecutivo que elaborara un Plan de aplicación de la Estrategia. En la cuadragésima tercera reunión, celebrada en Nairobi en abril de 2016, el Grupo, en su Decisión IPCC/XLIII-10, solicitó a la Secretaría del IPCC, en consulta con el Equipo especial sobre comunicación, que actualizara la Estrategia de comunicación y su Plan de aplicación a la luz de la experiencia en materia de comunicación y difusión en torno al Quinto Informe de Evaluación y las recomendaciones de la Reunión de expertos sobre comunicación, celebrada en Oslo en febrero de 2016². La Estrategia de comunicación respalda la labor del IPCC en lo concerniente a la presentación de evaluaciones sólidas de las investigaciones científicas relacionadas con el clima para la formulación de políticas adecuadas.

Metas

- 1) El IPCC tiene dos metas principales en materia de comunicación:
 - informar sobre los resultados y los métodos de las evaluaciones, brindando información clara y equilibrada sobre el cambio climático³, incluidas las incertidumbres científicas, sin comprometer la exactitud; y
 - explicar la forma en que el IPCC trabaja, elige a sus autores y revisores, y elabora los informes y otros productos, lo cual mejorará la comprensión de los informes y resaltarán su reputación como organismo científico autorizado, creíble, transparente y estable.

Principios

- 2) Las actividades de comunicación del IPCC se basan en los Principios por los que se rige la labor del IPCC².

La comunicación es un aspecto importante de la labor del IPCC y resulta fundamental para su

¹ http://www.ipcc.ch/meetings/session33/ipcc_p33_decisions_taken_comm_strategy.pdf

² http://www.ipcc.ch/pdf/supporting-material/EMR_COM_full_report.pdf

³ "La función del IPCC consistirá en analizar de forma exhaustiva, objetiva, abierta y transparente la información científica, técnica y socioeconómica relevante para entender la base científica del riesgo que supone el cambio climático provocado por la actividad humana, sus posibles repercusiones y las opciones que existen para adaptarse al cambio climático y atenuar sus efectos. Los informes del IPCC serán neutrales desde el punto de vista político, aunque es posible que deban abordar de forma objetiva factores socioeconómicos, científicos y técnicos relevantes para la aplicación de ciertas políticas específicas". (Principios por los que se rige la labor del IPCC, párrafo 2). (http://www.ipcc.ch/pdf/ipcc-principles/ipcc_principles_spanish/ipcc_principles_es.pdf)

misión de brindar a las instancias decisorias y a otras partes interesadas información científica rigurosa y equilibrada sobre el cambio climático² y sus repercusiones. El conjunto de principios que figura a continuación deberá orientar el enfoque que adopte el IPCC:

- **Objetivo y transparente.** El enfoque y las actividades en materia de comunicación del IPCC deberán en todo momento guardar coherencia con los principios generales de objetividad, apertura y transparencia del IPCC.
- **Pertinente para las políticas, pero sin un carácter preceptivo.** Una cualidad esencial de la labor del IPCC es que sea pertinente para las políticas, pero no tenga un carácter preceptivo. La presentación de las evaluaciones y los informes deberá ser neutral desde el punto de vista político y mantener el equilibrio científico. El enfoque y las actividades en materia de comunicación del IPCC deberán guardar coherencia con estas cualidades.
- **Proveniente de los informes del IPCC.** Si bien la labor y el proceso de elaboración de informes del IPCC intentan reflejar diversos puntos de vista y conocimientos técnicos relacionados con cuestiones científicas sumamente especializadas, su comunicación deberá reflejar un lenguaje que haya sido sometido al proceso de examen del IPCC y que haya sido aceptado, adoptado o aprobado por los miembros del Grupo.
- **Con el objetivo de instituir al IPCC como la organización clave para facilitar la conexión entre la ciencia y las políticas en materia de cambio climático.** El proceso de evaluación internacional del IPCC que llevan a cabo los científicos y de examen que realizan la comunidad científica, los gobiernos y las partes interesadas es fundamental para la competencia y la calidad de los informes del IPCC. El Grupo siempre deberá procurar ser claro en las comunicaciones sobre la organización y su labor, proporcionando evaluaciones actualizadas sobre los conocimientos científicos reconocidos más recientes. El objetivo es velar por que el IPCC brinde un contexto que oriente la interpretación de sus informes y que el público disponga de información imparcial sobre el IPCC.
- **Oportuno y adecuado para los destinatarios.** Para que el enfoque y las actividades del IPCC sean eficaces, deberán estar orientados a garantizar que la información que ingresa en el dominio público sea oportuna y pertinente, tanto de forma proactiva al presentar los informes como de manera reactiva en respuesta a preguntas o críticas.
- **Mensajes coherentes.** Para garantizar que el IPCC transmita mensajes coherentes a los destinatarios externos, es fundamental que las comunicaciones internas y la adopción de decisiones estén bien estructuradas y coordinadas.

Actividades

3) La comunicación del IPCC abarca cuatro grupos principales de actividades:

- las comunicaciones diarias, tanto proactivas como reactivas;
- las actividades planificadas, entre ellas:
 - la publicación de informes;
 - las actividades de difusión para presentar la labor del IPCC a los destinatarios que se indican a continuación; y
 - la participación en las principales conferencias internacionales;

- respuestas rápidas, lo cual exige procedimientos especiales para garantizar que se resuelvan de una manera oportuna que represente a todo el Grupo; y
- colaboración para comunicar de forma más adecuada las directrices y el asesoramiento científico y técnico a la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC) y a otros procesos intergubernamentales pertinentes de las Naciones Unidas.

Destinatarios

4) Los principales destinatarios de las iniciativas de comunicación del IPCC son los gobiernos y las instancias normativas de todos los niveles, la CMNUCC y los procesos intergubernamentales de todo el sistema de las Naciones Unidas.

5) El público más amplio, como las organizaciones observadoras del IPCC, la comunidad científica, el sector educativo, las organizaciones no gubernamentales, el sector empresarial y el público en general también están interesados en la labor y las evaluaciones del IPCC. Si bien no son los destinatarios principales de las iniciativas de comunicación del IPCC, el Grupo deberá establecer medios que velen por la disponibilidad y la accesibilidad de la información para todos estos destinatarios.

6) Los terceros pueden cumplir una valiosa función complementaria al tomar elementos de las evaluaciones del IPCC para crear productos accesibles dirigidos a destinatarios específicos. El IPCC tiene en cuenta estos productos derivados y podrá colaborar con organizaciones pertinentes para generarlos. Sin embargo, dichos productos no deberán considerarse producciones conjuntas ni productos del IPCC.

7) Las interacciones y la consolidación de las relaciones con los medios de comunicación son una forma importante con la que cuenta el IPCC para presentar la información que figura en los informes, así como sus procesos y procedimientos.

8) Los destinatarios del IPCC son realmente de todo el mundo y, por lo tanto, muy diversos. En sus actividades de comunicación y difusión, el IPCC tendrá en cuenta el contexto específico de los distintos países que pueden requerir actividades de difusión adaptadas a cada caso en particular. Por ejemplo, las necesidades de comunicación de los países en desarrollo pueden ser diferentes de las de los países desarrollados.

Gobernanza y gestión

9) La plenaria tiene la responsabilidad última de garantizar que la Estrategia de comunicación sea adecuada, que satisfaga las expectativas y las necesidades del Grupo y que se aplique de manera conveniente. En el período entre plenarios, la Mesa y el Comité ejecutivo del IPCC actuarán en nombre del Grupo de conformidad con la Estrategia de comunicación, según proceda. Las decisiones relativas a temas fundamentales de comunicación, según cual sea su importancia, deberán debatirse y aprobarse en el marco del IPCC o la Mesa del IPCC, según proceda.

10) Los copresidentes de los Grupos de trabajo y del Grupo especial son los encargados de los aspectos esenciales de las actividades de comunicación sobre los informes que se encuentran dentro de su esfera de responsabilidad, mientras que el Presidente del IPCC se ocupa de los aspectos sustantivos de las comunicaciones presentadas en el Informe de síntesis. El Comité ejecutivo supervisa la aplicación de la Estrategia de comunicación.

11) El Presidente y los Vicepresidentes del IPCC, los copresidentes de los Grupos de trabajo y del Grupo especial, los miembros de la Mesa y los coordinadores nacionales dependerán de la Secretaría, que brindará el asesoramiento experto en materia de

comunicación según proceda. El Director superior de comunicación de la Secretaría es el encargado de la coordinación diaria y de la coherencia de las comunicaciones del IPCC.

12) El Comité ejecutivo mantendrá un Plan de aplicación que ponga en práctica esta Estrategia. De conformidad con la Estrategia de comunicación, en el Plan se definirán los grupos o las personas que pueden aprobar diferentes tipos de materiales y actividades de comunicación en distintas situaciones, entre ellos la respuesta rápida. El Comité ejecutivo confeccionará y actualizará este Plan según lo exijan las circunstancias e informará al IPCC sobre las actualizaciones.

13) La Secretaría del IPCC evaluará las actividades de comunicación del IPCC e informará al Grupo sobre ello, lo que incluye el tipo y el alcance de la difusión y de la cobertura en los medios de comunicación. Los informes de evaluación también deberán presentarse a la Mesa y al Comité ejecutivo en intervalos periódicos. La Secretaría investigará el uso de métricas que respalden la evaluación.

14) El Comité ejecutivo deberá analizar la forma de garantizar la continuidad de las actividades de difusión y el sitio web entre los ciclos de evaluación y trabajar sobre ello en el Plan de aplicación.

Métodos y herramientas

15) De conformidad con su condición de organismo de las Naciones Unidas, los informes del IPCC deben estar disponibles en los seis idiomas de las Naciones Unidas en la medida de lo posible, con arreglo a los Principios del IPCC. Las actividades de comunicación del IPCC deberán seguir este modelo, en la medida de lo posible, y los productos de comunicación, entre ellos folletos y comunicados de prensa, deberán traducirse y difundirse.

16) La Secretaría prestará apoyo a los coordinadores nacionales en las actividades de comunicación en sus países y alentará la traducción de los textos al idioma local, proporcionando los materiales del IPCC cuando sea viable. Los coordinadores nacionales recibirán materiales de comunicación e información sobre actividades de manera oportuna y podrán solicitar el asesoramiento de la Secretaría sobre temas relacionados con las actividades de comunicación del IPCC.

17) Los informes aprobados y otros productos del IPCC forman la base de los materiales de comunicación. Estos materiales deberán elaborarse de modo de facilitar una mayor comprensión de la labor del IPCC entre los gobiernos, los medios de comunicación y terceros no especialistas que no estén familiarizados con la terminología científica⁴. Al redactar la versión final del Resumen para responsables de políticas, los capítulos de los Informes metodológicos titulados Panorama general y el Informe de síntesis, los copresidentes de los Grupos de trabajo y del Grupo especial, el Presidente del IPCC y los autores deberán conocer la necesidad de elaborar textos y gráficos claros, comprensibles, accesibles y sencillos que respalden las conclusiones principales del informe.

18) El sitio web del IPCC atiende las necesidades de destinatarios específicos (véase la sección “Destinatarios” anteriormente) al brindar acceso a todo el material público del Grupo de manera uniforme y sencilla. La Secretaría es la encargada de garantizar que se examine el sitio web del IPCC de manera periódica para velar por que el contenido esté actualizado, mejorar la facilidad de uso y la navegabilidad, y aprovechar, cuando sea útil, las últimas prácticas y tecnologías, incluido el acceso en distintas plataformas.

⁴ Decisión IPCC/XLI-4, párrafo 10: “Para mejorar la comprensión de los productos del IPCC, deberá solicitarse asesoramiento a distintos especialistas”.

19) Las redes sociales ofrecen herramientas importantes para fortalecer las actividades de comunicación del IPCC y para llegar a la sociedad civil, la comunidad científica y otros destinatarios de manera directa. La Secretaría examinará el uso de las redes sociales para asegurarse de que sea adecuado, teniendo en cuenta el carácter científico e intergubernamental específico del IPCC y la accesibilidad de algunas herramientas en algunos grupos de países. Asimismo, supervisará la evolución de las nuevas tecnologías y los medios, entre ellos videos y material infográfico, y los aprovechará para las actividades de comunicación del IPCC cuando proceda. En consulta con el Equipo especial sobre comunicación, la Secretaría elaborará directrices sobre el uso de las redes sociales por parte de todos los que trabajan para el IPCC.

Portavoces del IPCC

20) Para garantizar la objetividad y la exactitud científica, así como la eficiencia y la puntualidad, deberán designarse portavoces autorizados para distintas situaciones. El Presidente y los Vicepresidentes del IPCC son los principales portavoces de la organización en general; los copresidentes de los Grupos de trabajo y del Grupo especial son los portavoces principales de las actividades que realizan sus Grupos de trabajo respectivos o el Grupo especial; la Secretaría y el Director superior de comunicación pueden hablar sobre las actividades y los procedimientos del IPCC, así como sobre temas institucionales.

21) Además de estos portavoces designados, los autores o los vicepresidentes de los Grupos de trabajo con frecuencia serán los más adecuados para hablar sobre su esfera científica correspondiente o proporcionar perspectivas regionales, y los copresidentes de los Grupos de trabajo o del Grupo especial, el Presidente o la Secretaría del IPCC pueden delegar en ellos la facultad de dirigirse a los medios de comunicación o de representar al IPCC en las conferencias.

22) Las personas que hablen en nombre del IPCC con carácter oficial deben centrarse en realizar una presentación objetiva y documentada de la información que se base en los informes aprobados del IPCC, y deben abstenerse de realizar declaraciones públicas que puedan interpretarse como iniciativas de promoción y que pongan en peligro la reputación de neutralidad del IPCC.

23) Se alienta encarecidamente a quienes representan al IPCC con carácter oficial a que reciban formación en materia de medios de comunicación. Dicha formación deberá incluir orientaciones específicas sobre cómo dirigirse al público en nombre del IPCC, a diferencia de cuando se habla en cualquier otra función. La Secretaría organizará estas actividades de formación en la medida en que las oportunidades lo permitan, en función de los recursos disponibles, y brindará orientaciones sobre cómo comunicarse con los medios de comunicación y el público. Las actividades de difusión podrán beneficiarse de la formación centrada en la forma de realizar presentaciones.

Recursos

24) Las actividades de comunicación deben realizarse en función de los recursos disponibles en el IPCC. Dichos recursos podrán ampliarse con financiamiento adicional o el respaldo de expertos externos en materia de comunicación, en coordinación con la Secretaría, lo que incluye actividades específicas de comunicación en momentos de intensa actividad de los medios, como en los casos de la publicación de un informe o de una respuesta rápida. Esto no debe comprometer la independencia del IPCC ni causar conflictos de intereses. Debe informarse al IPCC sobre los recursos humanos y financieros externos en la primera reunión posterior a la asignación de estos recursos.