



COMITÉ DE SEGURIDAD ALIMENTARIA MUNDIAL

40.º período de sesiones

Roma (Italia), 7-11 de octubre de 2013

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL COMITÉ DE SEGURIDAD
ALIMENTARIA MUNDIAL**

Índice

	Páginas
I. INTRODUCCIÓN	3
A. Objetivos	3
B. Balance	3
<i>Contexto del CSA</i>	4
<i>Productos independientes del CSA</i>	4
<i>Recomendaciones sobre políticas del CSA e informes del Grupo de alto nivel de expertos en seguridad alimentaria y nutrición</i>	4
<i>Recomendaciones sobre políticas del CSA</i>	4
II. LAS REDES DEL CSA	4
A. Estados Miembros	4
B. Organismos con sede en Roma.....	5
C. Grupos interesados que integran el Grupo asesor	5
D. Grupo de Alto Nivel de Expertos en Seguridad Alimentaria y Nutrición	5
E. Otras redes.....	5
F. Medios de comunicación.....	5
III. INSTRUMENTOS DE DIFUSIÓN	6
A. Sitio web público del CSA	6
B. Lista de distribución electrónica del CSA	6

Es posible acceder a este documento utilizando el código de respuesta rápida impreso en esta página. Esta es una iniciativa de la FAO para minimizar su impacto ambiental y promover comunicaciones más verdes. Pueden consultarse más documentos en el sitio www.fao.org.



mi007s

IV.	CAMPAÑAS.....	7
A.	Participación de los organismos con sede en Roma.....	7
B.	Participación de los grupos interesados del Grupo asesor.....	7
C.	Otros foros de múltiples partes interesadas.....	7
D.	Difusión a medios de comunicación especializados y técnicos.....	7
E.	Difusión orientada a nivel nacional y regional.....	7
F.	Identificación y movilización de “paladines” del CSA.....	8
G.	Viajes de los presidentes del CSA.....	8
H.	Difusión relacionada con los períodos de sesiones.....	8
V.	EVALUACIÓN.....	8

Cuestiones que se someten a la atención del CSA

El Comité:

- a) señala que la sensibilización y la divulgación deben ser parte integrante de la formulación y puesta en práctica de todo su trabajo;
- b) observa que la comunicación eficaz constituye un elemento importante para alcanzar los objetivos del CSA, ya que la sensibilización sobre el CSA y sus productos es una condición previa para la adopción y aplicación voluntarias de los mismos teniendo en cuenta las especificidades de cada contexto;
- c) refrenda los elementos de la estrategia presentada y recomienda encarecidamente que la Secretaría, en estrecha colaboración con la Mesa y el Grupo asesor, elabore un plan de ejecución que incluya un presupuesto;
- d) destaca que la comunicación debe ser un componente intrínseco de todas las líneas de trabajo del CSA.

I. INTRODUCCIÓN

1. El objetivo último de la reforma del CSA es que el Comité constituya la principal plataforma inclusiva para la colaboración de todas las partes interesadas con miras a garantizar la seguridad alimentaria y nutricional para todos. Un componente esencial de esta visión es la comunicación del trabajo del CSA a las partes interesadas en la seguridad alimentaria y la nutrición.

2. En este documento se presentan los elementos de una estrategia de comunicación y se determinan las necesidades de comunicación actuales, así como las medidas que se han de adoptar para dar mayor visibilidad al Comité y a su trabajo. Una vez aprobados estos elementos, se elaborarán un plan de acción y un presupuesto para el período comprendido entre octubre de 2013 y octubre de 2015 así como los hitos y los indicadores pertinentes para llevar a cabo el seguimiento y la evaluación de la estrategia.

A. Objetivos

3. Los objetivos de esta estrategia son:

Objetivo 1: Sensibilizar sobre la labor del CSA, promover la aplicación de sus productos y recibir opiniones sobre la eficacia de estos.

Objetivo 2: Determinar comunidades de práctica y mecanismos de gobernanza de múltiples partes interesadas en los planos mundial, regional y nacional que puedan recurrir a la labor del Comité o adoptarla como referencia, participar en ellos y recibir sus aportaciones respecto de la eficacia del CSA.

B. Balance

4. En esta sección se incluye un resumen de la información de referencia que necesitan las partes interesadas para entender el contexto del CSA, así como una lista de productos del Comité.

Contexto del CSA

- Razones de la importancia de la seguridad alimentaria y la nutrición
- Qué es el CSA, cómo trabaja y cuál es su labor
- Razones de la importancia del modelo de múltiples partes interesadas del CSA

Productos independientes del CSA

- Marco estratégico mundial (segunda versión, 2013);
- Directrices Voluntarias sobre la Gobernanza Responsable de la Tenencia de la Tierra, la Pesca y los Bosques en el Contexto de la Seguridad Alimentaria Nacional (2012);
- Inversiones agrícolas responsables (en proceso de elaboración para su aprobación en 2014);
- Programa de acción para la seguridad alimentaria en países afectados por crisis prolongadas (en proceso de elaboración para su aprobación en 2014);
- Directrices Voluntarias en Apoyo de la Realización Progresiva del Derecho a una Alimentación Adecuada en el Contexto de la Seguridad Alimentaria Nacional (mencionadas en el documento sobre la reforma del CSA, 2009);

Recomendaciones sobre políticas del CSA e informes del Grupo de alto nivel de expertos en seguridad alimentaria y nutrición

- Los biocombustibles y la seguridad alimentaria (2013);
- Inversión en la agricultura a pequeña escala en favor de la seguridad alimentaria (2013);
- La seguridad alimentaria y el cambio climático (2012);
- Protección social en favor de la seguridad alimentaria (2012);
- Volatilidad de los precios y seguridad alimentaria (2011).

Recomendaciones sobre políticas del CSA

- Cómo aumentar la seguridad alimentaria y la inversión en agricultura atenta a los pequeños productores (2011);
- Género, seguridad alimentaria y nutrición (2011).

5. Las recomendaciones sobre políticas del CSA se examinan anualmente para cerciorarse de que no se hayan sustituido por productos del CSA posteriores. Por ejemplo, las recomendaciones sobre políticas relacionadas con la tenencia de la tierra y la inversión internacional en agricultura que formuló el CSA en su 36.º período de sesiones (2010) han sido reemplazadas por las Directrices Voluntarias sobre la Gobernanza Responsable de la Tenencia de la Tierra, la Pesca y los Bosques en el Contexto de la Seguridad Alimentaria Nacional (2012).

II. LAS REDES DEL CSA

6. El CSA reformado es una red de redes formada por muchos de los actores clave que trabajan en el campo de la seguridad alimentaria y la nutrición. El objetivo de esta estrategia de comunicación es aprovechar dichas redes al brindar a las partes interesadas los instrumentos necesarios para proporcionar información sobre los productos del CSA y difundirlos a sus grupos interesados.

A. Estados Miembros

7. La red principal es la de los Estados Miembros, cuyos responsables de las políticas deben tener conocimiento de los productos del CSA y de la aplicación de estos. El panorama de las políticas relacionadas con la seguridad alimentaria y la nutrición a menudo se encuentra fragmentado entre varios ministerios, y es cierto que algunos responsables de las políticas no están al tanto de las

decisiones adoptadas por sus gobiernos. Al mismo tiempo, no todos los productos del CSA son pertinentes para todos los Estados Miembros. El CSA debe proporcionar instrumentos para permitir que los Estados Miembros difundan fácilmente los productos del CSA pertinentes entre sus responsables de las políticas.

B. Organismos con sede en Roma

8. Otra red importante es la de los organismos con sede en Roma (la FAO, el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola y el Programa Mundial de Alimentos), que son miembros clave del Grupo asesor. Su personal trabaja en contacto directo con las cuestiones relativas a la seguridad alimentaria y la nutrición a nivel nacional y regional y, a menudo, en estrecha colaboración con profesionales de la ayuda humanitaria y el desarrollo de instituciones gubernamentales y otras entidades. Estos pueden desempeñar un papel fundamental en la sensibilización acerca del trabajo del CSA. La Secretaría conjunta del CSA también puede ayudar a facilitar este intercambio con sus respectivos organismos.

C. Grupos interesados que integran el Grupo asesor

9. El Grupo Asesor está formado por los siguientes grupos interesados:

- 1) organismos de las Naciones Unidas y otros órganos del sistema;
- 2) sociedad civil y organizaciones no gubernamentales;
- 3) instituciones internacionales de investigación agrícola;
- 4) instituciones financieras internacionales y regionales;
- 5) asociaciones del sector privado y fundaciones filantrópicas.

10. Estos grupos constituyen un potente instrumento de divulgación de los mensajes del CSA a una vasta gama de partes interesadas en la seguridad alimentaria y la nutrición que no tiene conexión directa con el Comité.

D. Grupo de Alto Nivel de Expertos en Seguridad Alimentaria y Nutrición

11. Como interfaz del CSA entre la ciencia y la política, el Grupo de Alto Nivel está en contacto con numerosos especialistas técnicos en seguridad alimentaria y nutrición de todo el mundo. A través del trabajo del Comité Directivo y de los diversos equipos de proyecto es posible acceder a una amplia red de académicos y expertos.

E. Otras redes

12. Otras redes que se pueden aprovechar para aumentar la sensibilización sobre el trabajo del CSA son las siguientes:

- personalidades influyentes en el ámbito de las políticas y partes interesadas de gran relieve a nivel mundial, regional y nacional;
- profesionales de la ayuda humanitaria y el desarrollo;
- académicos y organizaciones de profesionales;
- mecanismos de gobernanza de múltiples partes interesadas a escala mundial, regional y nacional;
- órganos intergubernamentales y otros foros de gran prominencia.

F. Medios de comunicación

13. La difusión a los medios es un elemento importante de la comunicación. Los medios de información y comunicación comprenden:

- medios de comunicación generales (en línea e impresos) a nivel mundial, regional y nacional;

- redes sociales (Facebook, Twitter, etc.);
- medios de comunicación técnicos y especializados;
- la televisión y la radio (incluidas la retransmisión por Internet y el *podcasting*);
- los foros de debate (por ejemplo, el Foro Global sobre Seguridad Alimentaria y Nutrición) y los blogs;
- los teléfonos móviles (incluidas las aplicaciones para teléfonos inteligentes y los mensajes de texto).

14. Cada uno de estos medios de difusión está orientado a distintos grupos de partes interesadas. Por ejemplo, es más probable que los medios de comunicación generales tengan más interés por cubrir el período de sesiones anual del CSA, mientras que los medios de comunicación técnicos y especializados estarían más interesados en los resultados de las mesas redondas sobre políticas. Por esta razón, es necesario elaborar una estrategia para cada uno de estos medios.

III. INSTRUMENTOS DE DIFUSIÓN

15. Con miras a potenciar las redes del CSA para que ayuden a divulgar los productos del mismo, se elaborarán instrumentos de difusión que puedan emplear las distintas partes interesadas y que sea posible adaptar a redes diferentes.

A. Sitio web público del CSA

16. El sitio web público del CSA (www.fao.org/cfs) se ofrece en los seis idiomas oficiales de la FAO. En él se creará una zona de descargas que permitirá acceder de forma sencilla a una amplia gama de materiales relacionados con los productos del CSA. Para cada producto se creará un conjunto de materiales de apoyo que incluirá los mensajes clave, presentaciones, folletos y otros materiales de difusión.

17. Asimismo, las siguientes actividades ayudarán a reforzar la presencia del CSA en Internet y a elevar la posición del sitio web entre los resultados de los motores de búsqueda:

- optimización de palabras clave, metadatos y motores de búsqueda;
- intercambio de enlaces con otros sitios web importantes relacionados con la seguridad alimentaria y la nutrición;
- una página web en la que los usuarios puedan inscribirse para registrar su interés en el trabajo del CSA.

B. Lista de distribución electrónica del CSA

18. Los sistemas de gestión de las relaciones con los grupos interesados pueden ayudar a crear relaciones sostenibles con estos al facilitar comunicaciones flexibles y orientadas. Además de los mensajes de correo electrónico, también se pueden enviar mensajes de texto un medio importante en aquellas partes del mundo donde la conexión a Internet no es fiable.

19. El CSA ya cuenta con aproximadamente 2 000 contactos que son personas relacionadas de alguna manera con el trabajo del Comité. En el sitio web del CSA se proporciona el enlace www.fao.org/cfs/signup para que los usuarios se incorporen a la lista de distribución electrónica.

20. Tres veces al año se enviarán informes actualizados sobre el CSA a todos los miembros de dicha lista de correo, según el calendario que sigue.

Mes	Tema principal
Noviembre	Resumen del período de sesiones de octubre
Abril	Información actualizada sobre las prioridades y adelanto sobre los temas del período de sesiones de octubre
Septiembre	Datos sobre el siguiente período de sesiones

La lista también se utilizará para difundir campañas orientadas a grupos específicos de partes interesadas

IV. CAMPAÑAS

21. En todas las campañas se incluirá un mecanismo para realizar observaciones sobre los productos del CSA y su eficacia, de forma que las partes interesadas puedan aportar comentarios al Grupo de trabajo encargado del seguimiento. Para el período comprendido entre octubre de 2013 y octubre de 2015 se han previsto las campañas siguientes:

A. Participación de los organismos con sede en Roma

22. Junto con las funciones de comunicación interna de los organismos con sede en Roma, se informará al personal de dichos organismos sobre el trabajo del CSA y sobre la forma de aplicar en su labor los productos del Comité. Se hará especial hincapié en la participación de las oficinas regionales y nacionales, a quienes se alentará a transmitir los mensajes sobre el CSA a sus asociados. Para facilitar la participación, los mensajes deben ser concisos y se deben indicar claramente las medidas complementarias.

B. Participación de los grupos interesados del Grupo asesor

23. Se consultará a los miembros del Grupo asesor sobre el modo más efectivo de obtener la participación de sus grupos interesados. El contenido se adaptará de acuerdo con las observaciones recibidas a fin de acelerar la difusión.

C. Otros foros de múltiples partes interesadas

24. A través de los grupos interesados de la Mesa y del Grupo asesor, se identificarán otros foros de múltiples partes interesadas en la seguridad alimentaria y la nutrición a nivel mundial, regional y nacional, se les informará del trabajo del CSA y, cuando sea posible, se les incluirá en procesos de diálogo beneficiosos para todas las partes.

D. Difusión a medios de comunicación especializados y técnicos

25. Se elaborará un inventario de todos los medios de comunicación especializados y técnicos (en línea e impresos) que cubran cuestiones relacionadas con la seguridad alimentaria y la nutrición. Cuando sea posible se obtendrá su participación y se les pedirá que incluyan artículos sobre el CSA.

E. Difusión orientada a nivel nacional y regional

26. Se realizará una evaluación para determinar cuáles son los medios de información efectivos y útiles a nivel nacional y regional, especialmente en las zonas del mundo donde el acceso a Internet no está generalizado. Además, se alentará a estos medios de información a elaborar artículos relacionados con el CSA.

F. Identificación y movilización de “paladines” del CSA

27. Se realizará otra evaluación con el fin de identificar partes interesadas de gran relieve que puedan promover la labor del CSA. Cuando sea posible se obtendrá su participación y se les proporcionarán los materiales que necesiten.

G. Viajes de los presidentes del CSA

28. Desde la reforma de 2009, los dos presidentes del CSA, Noel de Luna (2009-2011) y Yaya Olaniran (2011-2013), han sido invitados a asistir a una amplia variedad de foros y actos. Mediante una actividad de seguimiento se procurará aprovechar aún más esta forma de difusión. Los futuros viajes de los presidentes estarán integrados de forma más sistemática en las comunicaciones del CSA y se consolidarán las oportunidades de difusión que ofrezcan.

H. Difusión relacionada con los períodos de sesiones

29. Además de las tres actualizaciones del CSA anuales, también se llevarán a cabo las siguientes actividades:

- elaboración de materiales para los medios de comunicación y comunicados de prensa antes de los períodos de sesiones;
- campañas en redes sociales (Facebook, Twitter, etc.);
- recopilación de observaciones de los delegados;
- difusión de información a los medios de comunicación (entre otras cosas mediante ruedas de prensa y comunicados de prensa) después de los períodos de sesiones;
- otras actividades viables.

V. EVALUACIÓN

30. Para evaluar el éxito de la iniciativa de comunicación y difusión, se emplearán los siguientes instrumentos e indicadores:

- observaciones de los miembros de la Mesa y del Grupo asesor, así como de sus grupos interesados;
- número de partes interesadas inscritas en la lista de distribución electrónica, número de mensajes de correo electrónico abiertos y número de enlaces a los que se ha accedido;
- difusión creciente y demográficamente equilibrada del sitio web y la lista de distribución electrónica;
- visibilidad en los motores de búsqueda, tráfico del sitio web y estadísticas web;
- número de artículos publicados sobre el CSA o sus productos y número de menciones del CSA en artículos publicados por terceros;
- cantidad y calidad de las observaciones recibidas sobre los productos del CSA por parte de los usuarios finales;
- cantidad y calidad de las observaciones recibidas sobre los períodos de sesiones del CSA.