



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

Diversity of
Cultural Expressions

Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Diversité
des expressions
culturelles

Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

Diversidad
de las expresiones
culturales

Организация
Объединенных Наций по
вопросам образования,
науки и культуры

Разнообразие форм
культурного
самовыражения

منظمة الأمم المتحدة
للتربية والعلم والثقافة

تنوع أشكال التعبير
الثقافي

联合国教育、
科学及文化组织

文化表现形式
多样性

5 CP

CE/15/5.CP/13

París, 25 de marzo de 2015

Original: inglés

CONFERENCIA DE LAS PARTES EN LA CONVENCIÓN SOBRE LA PROTECCIÓN Y LA PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD DE LAS EXPRESIONES CULTURALES

Quinta reunión ordinaria
París, Sede de la UNESCO, Sala II
10-12 de junio de 2015

Punto 13 del orden del día provisional: Promoción de la visibilidad de la Convención

En su octava reunión ordinaria, el Comité Intergubernamental para la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales recomendó a la Conferencia de las Partes a través de su decisión 8.IGC 17 que incluyera la cuestión de la visibilidad de la Convención en el orden del día de su quinta reunión ordinaria. Este documento presenta un resumen de las deliberaciones celebradas por los órganos de gobierno, sus decisiones, resoluciones y otras informaciones relevantes sobre las acciones adoptadas por la Secretaría para promover la visibilidad de la Convención.

Decisión pertinente: Párrafo 31

1. En su octava reunión ordinaria, el Comité Intergubernamental para la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (en adelante “el Comité”), deliberó sobre la visibilidad de la Convención. En su decisión 8.IGC 17, el Comité recomendó a la Conferencia de las Partes que incluyera la cuestión de la visibilidad de la Convención en el orden del día de su quinta reunión ordinaria. Reconociendo que los órganos de gobierno han celebrado varias deliberaciones, y que ya se han adoptado varias decisiones y resoluciones, el Comité solicitó que la Secretaría resumiera toda la información pertinente para la Conferencia de las Partes a fin de basar sus futuras deliberaciones al respecto. También invitó a todas las Partes y a las organizaciones de la sociedad civil a que comuniquen a la Secretaría cualquier información relativa a los eventos que organizarán en 2015 para la celebración del décimo aniversario de la Convención.

Resoluciones y decisiones de los órganos de gobierno

2. El artículo 23.6(a) de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (en adelante “la Convención”), exige que el Comité promueva los objetivos de la Convención y supervise su aplicación. En su segunda reunión ordinaria (8-12 de diciembre de 2008), el Comité decidió incluir en el orden del día de su segunda reunión extraordinaria un punto sobre el examen de medidas para aumentar la visibilidad de la Convención (Decisión 2.IGC 9).

3. En su segunda reunión extraordinaria (23-25 de marzo de 2009), el Comité trató la cuestión de la visibilidad por primera vez y abordó temas como la educación, la información, la comunicación y la cooperación internacional. El debate demostró que la visibilidad y la promoción de la Convención estaban estrechamente vinculadas a:

- la estrategia de ratificación, que anima a las Partes y a la sociedad civil a proseguir sus esfuerzos para promover la ratificación de la Convención intercambiando la información sobre las buenas prácticas y sobre los beneficios de la ratificación, especialmente en las regiones insuficientemente representadas como Asia y el Pacífico y los Estados Árabes¹;
- la fase operativa de la Convención con la adopción de unas directrices que definan el marco pertinente y los mecanismos para que las Partes intercambien experiencias, mejores prácticas, datos e información;
- Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (FIDC).

4. Tras el primer debate, el Comité pidió a la Secretaría que consultara a las Partes de la Convención sobre el marco estratégico a usar para diseñar las directrices operativas con el fin de aumentar la visibilidad de la Convención y promoverla, subrayando la relevancia de las buenas prácticas. El Comité también pidió a la Secretaría que consultara a la sociedad civil sobre esta materia a través del Comité de Enlace ONG-UNESCO (Decisión 2.EXT.IGC 7). En esta reunión, el Comité debatió sobre la creación de un emblema y solicitó a la Secretaría que consultara a las Partes y a la sociedad civil (Decisión 2.EXT.IGC 7).

5. En su segunda reunión ordinaria (15-16 de junio de 2009) la Conferencia de las Partes pidió que “el Comité prosiguiera su labor y sometiera a su aprobación en su próxima reunión [...], proyectos de orientaciones prácticas sobre las medidas encaminadas a aumentar la notoriedad y promoción de la Convención” (Resolución 2.CP 7). Asimismo pidió al Comité que examinara la pertinencia y la viabilidad de designar a uno o varios personajes públicos encargados de promover la Convención, teniendo en cuenta los *objetivos*, las *modalidades*, el *mandato* y los *costos*, y le invitó a presentar un informe al respecto en la tercera reunión de la Conferencia de las Partes (Resolución 2.CP 7).

¹ Para más información sobre las actividades específicas emprendidas para aplicar la estrategia de ratificación, véase el documento CE/15/5.CP/INF 7.

6. Aunque muchos artículos de la Convención subrayan la necesidad de promover la diversidad de expresiones culturales y de aumentar el conocimiento de su valor al nivel local, nacional e internacional, no hay ninguna referencia explícita a la necesidad de formular una estrategia de visibilidad. No obstante, la Convención, al igual que todos los instrumentos internacionales, ha desarrollado un marco estratégico basado en sus principios y conceptos intrínsecos al texto. Estos son, por ejemplo: el respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales; el derecho soberano de los Estados a adoptar y a aplicar políticas encaminadas a promover la diversidad de expresiones culturales; el acceso equitativo, la apertura y el equilibrio en el flujo de bienes y servicios culturales, así como la movilidad de artistas y profesionales de la cultura; la doble índole de los bienes y servicios culturales; y su contribución al desarrollo sostenible y a la cooperación internacional.

7. Conforme a la decisión 2.EXT.IGC 7, la Secretaría envió una encuesta el 6 de julio de 2009 a las Partes y al Comité de Enlace ONG-UNESCO, que garantizaba la coordinación con representantes de la sociedad civil. Las respuestas, que se recogieron en el documento informativo CE/09/3.IGC/211/INF.5, se distribuyeron en la tercera reunión ordinaria del Comité (Diciembre de 2009).

8. Las respuestas recalcaron:

- (i) la necesidad de elaborar un marco estratégico, que debe incluir la participación de todas las partes interesadas e implicadas en la aplicación de medidas encaminadas a aumentar la notoriedad y promoción de la Convención;
- (ii) la necesidad de identificar diferentes tipos de actividades de sensibilización;
- (iii) la conveniencia de elegir un emblema para la Convención y la índole del mensaje adjunto al mismo;
- (iv) la necesidad de dedicar recursos financieros en exclusiva para las actividades de promoción.

9. Por otro lado, las respuestas evidenciaron que, a fin de promover la Convención y darle más notoriedad, es necesario que las Partes se la apropien a través de mensajes claramente definidos. En este sentido, las respuestas destacaron que dichos mensajes debían centrarse en el concepto de la diversidad de expresiones culturales, arraigado en las provisiones de la Convención, especialmente en sus objetivos y principios, y ser adaptados al público al que se dirigen. Se subrayó que habría que recurrir a profesionales para asistir a la Secretaría en esta labor.

10. En su tercera reunión ordinaria (Diciembre de 2009), el Comité decidió en principio crear un emblema para dar mayor visibilidad a sus actividades y a las de las Partes con el fin de promover los principios y los objetivos de la Convención. El Comité también invitó a la Secretaría a realizar un estudio de viabilidad y un análisis de costos para la creación de un emblema para la Convención. Asimismo, el Comité invitó a la Secretaría a preparar un anteproyecto de directivas operativas sobre el uso del emblema (Decisión 3.IGC 6).

11. En su tercera reunión ordinaria (Junio de 2011), la Conferencia de las Partes aprobó las orientaciones prácticas sobre las medidas encaminadas a aumentar la notoriedad y promoción de la Convención (Resolución 3.CP 7) facilitando este marco estratégico. Las orientaciones describen las medidas a adoptar por las Partes a nivel nacional, regional e internacional, la contribución de la sociedad civil, y el papel de la Secretaría de la UNESCO. Por ejemplo, se insta a las Partes a desarrollar medidas en su territorio, tales como movilizar a los líderes de opinión y a las autoridades responsables de la toma de decisiones políticas en todos los sectores para reforzar la cooperación interinstitucional y el diálogo. También se les anima a apoyar la aplicación de iniciativas del sector privado y público, así como de la sociedad civil, encaminadas a aumentar la concienciación; facilitar la disponibilidad de herramientas de comunicación, estimular y fomentar las campañas en los medios de comunicación, entre otras cosas. La Secretaría reunirá, compartirá y facilitará el intercambio de información, desarrollará herramientas para difundir los mensajes fundamentales de la Convención, facilitará la organización de las iniciativas de sensibilización y dará a conocer los proyectos y las actividades realizadas en el marco del FIDC.

12. En su cuarta reunión ordinaria (Diciembre de 2010), el Comité celebró su primer debate sobre la pertinencia de designar una personalidad pública para promover la Convención. El documento CE/10/4.IGC/205/6 indicaba que las modalidades podían ser un solo portavoz o varios con diferentes mandatos, y que el costo anual sería de al menos 151.413 dólares estadounidenses para un solo portavoz y de 327.846 dólares estadounidenses para seis portavoces. Señalaba además que podría haber dificultades en cuanto al mandato preciso y las competencias de cada portavoz, lo cual sería difícil de supervisar, al igual que los resultados esperados. El Comité decidió que designar a una personalidad pública para dar notoriedad a la Convención era prematuro y costoso, y que “cada Parte tiene derecho a elegir el mecanismo que estime oportuno para promover los objetivos de la Convención, incluida la posibilidad de nombrar a un portavoz”. (Decisión 4.IGC 6). Señalaba que los contactos nacionales para la Convención nombrados podrían organizar y participar en actividades encaminadas a promover la Convención, actuando como portavoces.

Acciones adoptadas

13. Las acciones adoptadas por la Secretaría para dar más notoriedad a la Convención se basan en las orientaciones prácticas, resoluciones, decisiones y deliberaciones de los órganos rectores. Han recibido el apoyo del Gobierno de España e incluyen:

- desarrollar y probar una estrategia dirigida a los diferentes grupos interesados, de distintas regiones del mundo;
- integrar los resultados en nuevas herramientas de comunicación para aumentar la notoriedad de la Convención, incluidas herramientas y material informativo dirigido a ciertos sectores del público, en especial los jóvenes;
- producir y distribuir el material de promoción para comunicar mejor los resultados y el impacto del FIDC;
- apoyar los talleres y eventos a fin de aumentar la notoriedad de la Convención y promover la ratificación.

Herramientas de mensajería y comunicación

14. La Secretaría recurrió a profesionales de las comunicaciones para su asesoramiento sobre qué mensajes usar. Por ejemplo, la empresa de comunicación Small World Stories creó el eslogan “Invirtiendo en creatividad. Transformando sociedades”. Este mensaje se ha recogido en todas las acciones de comunicación de la Secretaría e influye en decisiones de cómo se comunican las actividades de aplicación de la Convención (en palabras y medios gráficos), haciendo hincapié, por un lado, en expresiones creativas contemporáneas y, por otro, en el impacto de acciones adoptadas para facilitar el cambio transformador.

15. Las oficinas de la UNESCO fuera de la sede han participado activamente en el desarrollo de herramientas basadas en estos mensajes que hablan directamente al público local. Estos son algunos ejemplos:

- “CULTRIP”² (un corto promocional de 5 minutos en forma de videojuego) fue producido por la Oficina de la UNESCO en La Habana y la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños en Cuba. La modalidad de recurrir a un equipo de jóvenes ilustradores, productores, guionistas, editores y postproductores sirvió de formación práctica para reforzar las capacidades de estos profesionales de la cultura que aplicaron sus conocimientos teóricos a este proyecto. Para ellos, fue un proceso de aprendizaje sobre los principales

² ‘CULTRIP’, un viaje por las industrias culturales’, es una visualización de los principales conceptos y mensajes generales de la Convención, a saber, que la cultura contribuye no solo al desarrollo humano sino también al económico, que hacen falta más políticas y medidas para reforzar la gobernanza de la cultura, y que la UNESCO sirve de plataforma para la cooperación internacional para el sector cultural.

mensajes de la Convención, y el fruto ha contribuido a aumentar su concienciación de que uno de los ejes fundamentales de la Convención son artistas y los profesionales de la cultura como ellos mismos, convirtiéndolos en firmes defensores de la Convención. Estos vídeos se usan con frecuencia para sensibilizar al público sobre la Convención.

- “Experimenta. Aprende. Crea.” Es un vídeo de cuatro minutos que fue producido en un Foro de la Juventud de la UNESCO celebrado en Ecuador. Este corto, concebido, desarrollado y creado por jóvenes participantes en el foro, es una poderosa herramienta para explicar la importancia de proteger y promover la diversidad de expresiones culturales desde la perspectiva de la juventud. Los diversos interesados en la Convención lo están utilizando para actividades de sensibilización.
- El “Kit Joven Diversidades de la UNESCO” es un innovador juego educativo en línea para adolescentes, en consonancia con la estrategia de la UNESCO sobre los jóvenes 2014-2017. Su objetivo es empoderar a los jóvenes y fomentar su participación en la aplicación de la Convención. Además de la versión en español, está disponible en euskera y catalán. Desarrollado por la UNESCO y un equipo de expertos de la educación y de diseñadores gráficos, es interactivo, con lo que los adolescentes pueden elegir por qué vía explorar los principales temas de la Convención. En España y en América Latina, se han organizado talleres para formadores con el Kit, probando sus mensajes y preparando a los profesores para que lo utilicen con los estudiantes.
- la revista infantil en español “ele” dedicó una edición especial a la Convención, llevando a los lectores más jóvenes conceptos como diversidad de expresiones culturales, cadena de valor y políticas culturales;
- un nuevo Kit informativo facilita información esencial a un gran número de interesados sobre la relevancia de la Convención en las cuestiones que las Partes consideraron prioritarias. Aporta pruebas tangibles del impacto de la Convención sobre el terreno, y se espera que lo utilicen no solo para aumentar la sensibilización sobre la Convención y promover su ratificación, sino también para arrojar luz sobre cómo seguir aplicándola

16. Por último, estos mensajes han conformado las actividades de promoción del FIDC que van desde películas corporativas, documentales sobre proyectos del FIDC, el boletín electrónico llamado “e-updates” , (accesible desde diferentes dispositivos electrónicos incluidos smartphones y tabletas), los tres folletos del FIDC, etc. Estas herramientas de comunicación se definieron como parte de la estrategia de recaudación de fondos del FIDC, reconociendo que las actividades encaminadas a dar más notoriedad y aumentar la sensibilización sobre el FIDC, de forma indirecta, también promueven la sensibilización sobre la Convención.

17. En el periodo 2010-2015, el propio sitio web de la Convención, <http://en.unesco.org/creativity/>, se ha ido transformando y se ha convertido en una fuente vital para compartir información y conocimientos. A medida que siguen las mejoras y la ampliación de contenidos, el sitio web facilita a las Partes, a los socios y al público en general abundante información en inglés, francés y español.

Creando de una identidad visual para promover la Convención

18. En su tercera reunión ordinaria (Diciembre de 2009), el Comité tomó la decisión de crear un emblema para dar un soporte visual a sus actividades y a las de las Partes con el fin de promover los principios y los objetivos de la Convención (Decisión 3.IGC 6).

19. La Conferencia de las Partes, en su cuarta reunión ordinaria (Junio de 2013) eligió un emblema y aprobó las orientaciones prácticas sobre su uso (Resolución 4.CP 9). Se decidió que el emblema se podría usar por separado (emblema independiente) o junto al logotipo de la UNESCO (emblema asociado) (Resolución 4.CP 12).

20. La inspiración del emblema elegido se basa en los *mensajes fundamentales* creados para promover la Convención – creatividad y cambio transformador –, en la *identidad visual existente* de los ‘Círculos de la Convención’, así como en la *cooperación internacional*, esencial a los principios de la Convención y del mandato de la UNESCO. El punto de partida es el globo, y en particular la estructura del Globo Simbólico de Eric Reitzel, situado en el jardín de la Sede de la UNESCO. El juego de meridianos y paralelos de este emblema está representado por círculos de colores. El aspecto artístico de la línea, la marca y el movimiento de ciertos círculos, que reflejan los gestos humanos, ilustran la noción de “expresiones culturales”. Los matices de los colores elegidos y sus diferentes intensidades, la fractura de las líneas y de los círculos conjuntos simbolizan la “diversidad” en perpetuo movimiento, mientras que su colección y su estructura forman en última instancia una sola unidad: el globo.

Compartir la información

21. La difusión y el intercambio de información, especialmente en lo que respecta a las medidas concretas adoptadas para aplicar la Convención, se considera una actividad prioritaria para ayudar a aumentar la sensibilización sobre la Convención y responder a las preocupaciones manifestadas en las deliberaciones del Comité relativas a los desafíos que conlleva entender los conceptos esenciales de la Convención.

22. Las principales actividades acometidas por la Secretaría para recabar dicha información son: los informes cuatrienales, la recopilación de buenas prácticas, el análisis del impacto de los proyectos financiados por el FIDC, el análisis de los resultados de las políticas de asistencia técnica, información cualitativa y cuantitativa recopilada a través de la cultura del indicador de desarrollo, así como varios ejercicios de análisis de políticas solicitados por los órganos rectores a fin de entender mejor el impacto de la Convención en temas fundamentales que van desde la condición jurídica de los artistas hasta la cuestión digital.

23. Los mecanismos para distribuir esta información pueden ser online y offline. El principal *mecanismo de distribución online* desarrollado por la Secretaría es la plataforma web de la Convención que se está transformando en un sistema de gestión de los conocimientos más amplio. La Secretaría también ha desarrollado y gestiona una base de datos especial online sobre el artículo 21 que contiene enlaces a documentos fundamentales y que constituye un recurso único para los grupos interesados en la Convención, en particular para la red internacional de juristas de la Diversidad de las Expresiones Culturales. *Los mecanismos de distribución offline* pueden plasmarse en informes mundiales específicos preparados por la Secretaría que usan un gran número de buenas prácticas y todo tipo de información recopilada al aplicar la Convención. A título de ejemplo: la edición especial del Informe de las Naciones Unidas sobre la Economía Creativa de 2013; el Informe de la UNESCO 2014 sobre la Igualdad de Género y la Cultura; el Informe Final de los Diálogos sobre Cultura y Desarrollo después de 2015, y el Informe Mundial de Seguimiento de la Convención 2005 (de próxima publicación).

24. La información y los mensajes recopilados por la Secretaría se comparten en varias reuniones de intercambio, talleres y eventos organizados por la Secretaría o en colaboración con ella, lo que representa una oportunidad para poner de relieve los principios y objetivos de la Convención, destacando sus particularidades frente a otros instrumentos normativos de la UNESCO en el campo de la cultura. A nivel nacional, regional e internacional, los intercambios implican cierto público y resultado, desde el debate temático especial de las Naciones Unidas sobre Cultura y Desarrollo Sostenible en la Agenda de Desarrollo Post 2015 (2014), hasta encuentros regionales de alto nivel que desembocan en planes de acción como la Declaración Ministerial de Daca sobre la Diversidad de las Expresiones

Culturales (2012). Además, la organización de talleres de fomento de la capacidad y la formación de grupos interesados fundamentales son nuevas iniciativas, como por ejemplo, las sesiones de formación sobre la Convención para los contactos nacionales de los Estados del Mercosur que tuvieron lugar en Buenos Aires (2012), para las Comisiones Nacionales de África en Abiyán (2012) o la reunión regional de contactos nacionales de la región y el Pacífico celebrada en Bangkok (2014). Estos talleres están diseñados para aumentar la sensibilización con respecto a los conceptos esenciales de la Convención y cómo aplicarlos mediante estudios de caso reales y ejemplos de buenas prácticas recopilados por la Secretaría.

Décimo aniversario de la Convención

25. En su séptima reunión ordinaria (Diciembre de 2013), el Comité invitó a las Partes y a la sociedad civil a celebrar el décimo aniversario de la Convención a nivel nacional, regional e internacional, y a informar a la Secretaría de los eventos y actividades que deseaban organizar a través de un formulario en línea (Decisión 7.IGC 13). El décimo aniversario de la Convención se celebra a lo largo del año 2015 y se ha creado una página web exclusiva para difundir la información sobre los eventos que se celebran en todo el mundo como un medio para promover la Convención.

26. La Directora General también se ha implicado a través de un mensaje en vídeo y de una carta circular a las Partes donde las anima a celebrar el décimo aniversario de la Convención y a mantener la Secretaría informada. Treinta actores gubernamentales y no gubernamentales también han grabado un mensaje en vídeo en el que rinden homenaje a este aniversario (accesibles desde el sitio web de la Convención). En el contexto del kit informativo, se está preparando un nuevo vídeo promocional en inglés, francés y español sobre la Convención.

Principales resultados, desafíos y próximos pasos

27. Entre los principales resultados logrados por la Secretaría en la aplicación de las actividades con el apoyo del Gobierno de España tenemos:

- *Se han adoptado medidas importantes para aclarar el principal objetivo de la Convención.* Desde su adopción, la Convención con frecuencia se ha malinterpretado como un instrumento para garantizar la diversidad cultural en general. Las acciones emprendidas ayudan a situar a la Convención como una ley internacional que contribuye a la creación de espacios en los cuales artistas, actores culturales, y ciudadanos de todo el mundo pueden crear, producir, difundir y disfrutar de un amplio abanico de bienes, servicios y actividades culturales. También se ha comunicado que esto se logra mediante el fomento de políticas y medidas culturales que favorecen la creatividad, facilitan el acceso de los creadores a los mercados nacionales e internacionales donde sus obras/expresiones artísticas son accesibles al público en general;
- *Se ha dado amplia difusión a las definiciones fundamentales, los conceptos y los mensajes de la Convención,* creando un mejor entendimiento de la Convención entre los grupos interesados, como las Comisiones Nacionales, las Delegaciones Permanentes y los representantes de organizaciones de la sociedad civil;
- *Se ha creado una identidad visual moderna y nítida de la Convención a través de una variedad de materiales promocionales desarrollados por el proyecto (p. ej. el corto Cultrip, el boletín “e-updates” del FIDC y sus folletos, el emblema de la Convención y la plataforma web);*

- *Los jóvenes, especialmente hispanohablantes, han descubierto la Convención y se han movilizado para erigirse en defensores de la Convención;*
- *Se ha concientizado a los diferentes grupos interesados sobre su papel complementario en la aplicación de la Convención incluidos responsables políticos, la sociedad civil, así como artistas y profesionales de la cultura;*
- *La importancia de la cultura para el desarrollo se ha defendido activamente a diversos niveles, incluidos los debates para incluir la cultura en la Agenda de Desarrollo Post 2015 sobre Desarrollo Sostenible.*

28. A través de sus informes cuatrienales, encuestas y deliberaciones en la octava reunión ordinaria del Comité, las Partes han señalado los siguientes desafíos que resolver para aumentar la notoriedad de la Convención:

- en los países, es necesario mejorar los mecanismos de coordinación entre los diferentes ministerios y grupos interesados para hacerles tomar conciencia de que la responsabilidad de aplicar la Convención va más allá de los responsables de la cultura;
- la necesidad de que continúen los proyectos de creación de capacidades y la difusión de materiales que contribuirían a evitar la frecuente confusión entre la Convención de 2005 y la Convención de 2003 para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial;
- la necesidad de encontrar y utilizar canales de distribución (tanto nuevos medios como tradicionales) para difundir ampliamente las herramientas de comunicación desarrolladas hasta ahora para la Convención;
- la necesidad de aumentar el apoyo a las organizaciones de la sociedad civil implicadas en la promoción de la Convención pero que carecen de los recursos financieros para materializar plenamente sus esfuerzos por aumentar la sensibilización sobre la Convención;
- la necesidad de colaborar con profesionales de la recaudación de fondos y de la comunicación para promover la notoriedad de la Convención y para movilizar los recursos humanos y financieros necesarios con el fin de aplicar cualquier estrategia que propongan;
- la necesidad de establecer asociaciones con grupos interesados en la Convención, incluidos festivales internacionales que podrían aportar gran notoriedad a las cuestiones relevantes para los artistas y los profesionales de la cultura y que se celebran en todos los continentes;
- la necesidad de entender mejor el impacto de las actividades encaminadas a aumentar la visibilidad de la Convención y la eficacia de las herramientas de comunicación diseñadas para promoverla.

29. Al cumplirse diez años de la Convención, y al estar en su fase operativa, la Conferencia de las Partes, en su cuarta reunión ordinaria, aprobó varias medidas prioritarias para el próximo orden del día del Comité de forma que todos contribuyan a aumentar la notoriedad de la Convención: desarrollando un sistema de gestión de conocimientos; actividades de creación de capacidades; y la estrategia de recaudación de fondos y comunicación del FIDC.

30. En su quinta reunión ordinaria, la Conferencia de las Partes examinará y definirá las actividades del comité para el futuro. Aunque todas las actividades de aplicación de la Convención contribuyen a aumentar su notoriedad, los factores particulares que influirán en la consecución de los resultados pueden incluir:

- reforzar la conexión entre la notoriedad de la Convención y las actividades de recaudación de fondos y comunicación del FIDC;
- recurrir a socios estratégicos para la aplicación a nivel local, que tengan experiencia en campos de actuación cubiertos por la Convención con el fin de diseñar, aplicar y evaluar las actividades encaminadas a aumentar la notoriedad de la Convención;
- difundir ampliamente las herramientas de comunicación a la vez que se determina de qué manera podrían integrarse en una campaña más extensa de comunicación de discursos mejor definidos en torno a temas específicos de la Convención;
- involucrar a periodistas y a profesionales de los medios de comunicación para promover importantes cuestiones relativas a la Convención y transmitir información precisa sobre la misma;
- difundir ampliamente y promover las buenas prácticas de la Convención;
- apoyar las actividades de creación de capacidades a nivel mundial, sobre todo los talleres;
- diseñar mecanismos que permitan evaluar el impacto de las actividades y de las herramientas encaminadas a aumentar la notoriedad de la Convención que no existen en la actualidad.

31. La Conferencia de las Partes podría aprobar el siguiente proyecto de resolución:

PROYECTO DE RESOLUCIÓN 5.CP 13

La Conferencia de las Partes,

1. *Tras examinar el documento CE/15/5.CP/13;*
2. *Toma nota de la decisión 8.IGC 17 del Comité;*
3. *Recuerda la necesidad de garantizar la coordinación entre los mensajes y las actividades de la estrategia de recaudación de fondos y comunicación del FIDC, así como las actividades de promoción de la Convención en general;*
4. *Invita a las Partes y a los grupos interesados de la sociedad civil a participar en el aumento de notoriedad de la Convención y a aplicar plenamente las orientaciones prácticas sobre las medidas encaminadas a aumentar la notoriedad y promoción de la Convención y, en particular, las relativas al décimo aniversario de la Convención;*
5. *Pide a las Partes y a los grupos interesados de la sociedad civil que prosigan su labor de apoyo para promover la Convención, en particular que involucren a profesionales y que identifiquen los recursos necesarios para llevar a cabo las actividades propuestas; e*
6. *Invita a la Secretaría a seguir desarrollando y difundiendo las buenas prácticas de la aplicación de la Convención y a integrarlas en discursos mejor definidos para promover la Convención, y anima además a la Secretaría a recurrir a una amplia gama de grupos interesados en la Convención que ofrezcan plataformas susceptibles de aumentar la notoriedad de la Convención y a investigar posibles formas de evaluar el impacto de los esfuerzos de promoción y de las herramientas de comunicación creados hasta la fecha.*