



Asamblea General

Distr. general
6 de agosto de 2020
Español
Original: inglés

Septuagésimo quinto período de sesiones

Tema 55 del programa provisional*

Cuestiones relativas a la información

Cuestiones relativas a la información

Informe del Secretario General

Resumen

El presente informe, preparado de conformidad con la resolución [74/92 B](#) de la Asamblea General, contiene los aspectos más destacados de las actividades recientes del Departamento de Comunicación Global, prestando especial atención a la respuesta del Departamento a la pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19) en materia de comunicación estratégica global, las iniciativas para combatir la información errónea y la desinformación, la formulación y la aplicación de la estrategia de comunicación global para las Naciones Unidas, el apoyo a la conmemoración del 75° aniversario de las Naciones Unidas y la información actualizada sobre las reformas que han hecho posible que el Departamento se adapte de manera rápida y proactiva a fin de comunicarse con el mundo en un momento de conmoción sin precedentes.

* [A/75/150](#).



I. Introducción

1. En el párrafo 113 de su resolución [74/92 B](#), la Asamblea General solicitó al Secretario General que informara al Comité de Información en su 42º período de sesiones, y a la Asamblea en su septuagésimo quinto período de sesiones, de las actividades del Departamento de Comunicación Global y de la aplicación de todas las recomendaciones y solicitudes que figuraban en esa resolución. En consecuencia, el Departamento presentó tres informes ([A/AC.198/2020/2](#), [A/AC.198/2020/3](#) y [A/AC.198/2020/4](#)) para que el Comité los examinara en su 42º período de sesiones, cuya celebración estaba prevista inicialmente del 27 de abril al 8 de mayo de 2020, pero que se pospuso debido a la enfermedad por coronavirus (COVID-19).

2. En este documento se actualiza la información proporcionada en los informes presentados al Comité de Información con un resumen de las actividades emprendidas por el Departamento entre el 1 de febrero y el 30 de junio de 2020 mediante sus tres subprogramas: servicios de comunicaciones estratégicas, servicios de noticias y servicios de divulgación y difusión de conocimientos.

3. En 2019, el Departamento de Comunicación Global comenzó a introducir una serie de reformas para aumentar su agilidad, adoptando un planteamiento comunicativo más proactivo que reactivo y centrándose en el seguimiento y la evaluación de los resultados cuantitativos y cualitativos a fin de medir los efectos de su labor. Entre las reformas se incluyen el fortalecimiento de la planificación estratégica y la coordinación de las comunicaciones, una mayor concentración en las alianzas, la movilización de recursos y la innovación, y la integración de los centros de información de las Naciones Unidas en las oficinas de los coordinadores residentes. Las reformas emprendidas por el Departamento resultaron especialmente importantes en un momento en que la pandemia de COVID-19 se propagaba por todo el mundo y se requería una respuesta comunicativa que no solo proporcionara información importante para salvar vidas, sino que también fomentara la compasión y la solidaridad entre los ciudadanos del mundo y tomara medidas para combatir la avalancha de información errónea y desinformación que acompañó a la crisis.

4. Las reformas son transversales y equipan al Departamento con los medios necesarios para satisfacer las necesidades de comunicaciones de las Naciones Unidas en el siglo XXI. En un panorama en que la información cambia rápidamente y cualquiera puede crear contenidos, la información está cada vez más politizada, la información errónea se utiliza como arma y las personas están polarizadas, es más importante que nunca que las Naciones Unidas sigan proporcionando información fiable e imparcial y sirviendo de fuente de esperanza e inspiración.

5. Mientras el mundo conmemora el 75º aniversario de las Naciones Unidas, el Departamento sigue dando prioridad al multilingüismo como piedra angular de su labor, desde la producción de contenidos hasta las campañas y las actividades de divulgación, y encuentra, en un momento en que los recursos son limitados, formas creativas que contribuyen a llegar al mayor número posible de personas y hacerlas partícipes de la agenda de las Naciones Unidas. Lograr la participación de la juventud, en particular con respecto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, sigue siendo uno de los principales objetivos de esos esfuerzos. A fin de llegar a un público mundial, independientemente de su situación respecto de la brecha digital, el Departamento sigue invirtiendo en plataformas digitales y medios de comunicación tradicionales.

II. Estrategia de comunicación global para las Naciones Unidas

6. A las Naciones Unidas se le han encomendado objetivos ambiciosos que van desde la prevención de conflictos y el mantenimiento de la paz hasta la lucha contra

la crisis climática, la promoción de la igualdad de género y la defensa de los derechos humanos. Con frecuencia, la Organización da la voz de alarma sobre las graves consecuencias que acompañan a la inacción sobre esas cuestiones. La gente suele verse abrumada por la gravedad de las dificultades que afronta la humanidad y, en lugar de sentirse inspirada a pasar a la acción, está tan insensibilizada que se ve incapaz de actuar.

7. La nueva estrategia de comunicación global para las Naciones Unidas, la primera de este tipo, aplica un enfoque centrado en el público por el cual la Organización comunica a las personas cuáles son los problemas, por qué deben preocuparse por ellos y qué pueden hacer para marcar la diferencia. En la estrategia, la Organización describe cómo está transformando su enfoque comunicativo, lo cual constituye un cambio de cultura, ya que la Organización ya no se limita a informar sobre peligros y desastres, sino que también se posiciona como comunicadora de esperanza y soluciones. Si bien la estrategia impulsa principalmente la labor externa del Departamento, puede aplicarse en toda la Secretaría y el sistema de las Naciones Unidas a fin de generar conciencia, empatía y apoyo para todas las causas relacionadas con la labor de la Organización.

8. La estrategia incluye temas prioritarios para la Organización en 2020, sugerencias de tácticas para comunicar sobre esos temas y pasos para crear campañas de comunicaciones estratégicas, e integra el seguimiento y evaluación en esos pasos. Además, proporciona información detallada sobre los cambios en el Departamento, lo que incluye el reajuste estructural y estratégico para incrementar las actividades de divulgación, ampliar el alcance y promover el multilingüismo, aprovechando la tecnología y los datos para mejorar la forma en que el Departamento se comunica, así como la capacitación y el perfeccionamiento del personal para reforzar los centros de información de las Naciones Unidas e invertir en los recursos humanos del Departamento.

III. Lucha contra una pandemia de información errónea y promoción de medidas en el contexto de la enfermedad por coronavirus (COVID-19)

A. La campaña Verified

9. El comienzo de la pandemia mundial de coronavirus no solo planteó un reto sanitario y económico, sino que también dio paso a una avalancha de información confusa, incorrecta y realmente peligrosa que se difundió por todo el mundo. El 21 de mayo, el Departamento presentó una iniciativa de comunicación para la COVID-19 denominada Verified, cuyo objetivo era combatir la información errónea. La iniciativa pone de relieve la crisis sanitaria mundial y la crisis socioeconómica resultante, y fomenta la solidaridad durante el proceso de recuperación, centrándose en reconstruir para mejorar en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

10. En asociación con Purpose, una importante organización de movilización social, Verified invita al público mundial a ayudar a contrarrestar la información errónea inscribiéndose y convirtiéndose en “voluntarios de la información”, que reciben a diario un correo electrónico con contenido sobre la pandemia verificado por las Naciones Unidas para que lo difundan en sus redes personales.

11. En el primer mes desde su presentación en mayo, 17.000 personas de más de 100 países se habían inscrito para convertirse en voluntarios de la información. Verified ha recibido menciones en 212 artículos de 199 medios de comunicación, en 36 países y nueve idiomas. A finales de junio se lanzó la campaña “Párate” como parte

de la iniciativa Verified más amplia, a fin de fomentar la participación y cambiar comportamientos. Como resultado de la campaña, se registraron más de 1 millón de interacciones en medios sociales y 7 millones de visualizaciones de vídeos.

12. Los centros de información de las Naciones Unidas han prestado un apoyo esencial a la iniciativa Verified mediante la compilación de informes semanales sobre las percepciones locales y regionales acerca de las Naciones Unidas y la Organización Mundial de la Salud (OMS), las tendencias concretas en la información errónea y las medidas que los centros de información y los equipos de las Naciones Unidas en los países han adoptado para afrontar estas cuestiones. Los informes dan una idea a la iniciativa Verified del tipo de información que se debe explicar o aclarar. Los centros de información de las Naciones Unidas también han proporcionado traducciones de materiales de Verified en los idiomas oficiales y locales, han distribuido contenido en sus plataformas de medios sociales y han sugerido contenidos para la iniciativa.

B. Coordinación de las comunicaciones durante crisis en el contexto de la enfermedad por coronavirus (COVID-19)

13. El Departamento ha celebrado y copresidido una reunión semanal del Grupo de Comunicaciones durante Crisis del Grupo de Comunicaciones de las Naciones Unidas desde que comenzó la crisis de la COVID-19 a fin de coordinar las actividades de comunicación del sistema de las Naciones Unidas. El Grupo de Comunicaciones durante Crisis, integrado por todos los departamentos, organismos especializados, fondos y programas de las Naciones Unidas y las comisiones regionales, examinó las cuestiones más apremiantes en relación con la COVID-19, envió cada día un mensaje electrónico con la información más reciente sobre la labor de las Naciones Unidas en relación con la COVID-19, preparó y actualizó los mensajes utilizados en todo el sistema de las Naciones Unidas, y llevó a cabo la planificación prospectiva. Asimismo, el Departamento colaboró con asociados internos y externos para promover los informes de políticas del Secretario General en el plano mundial y sirvió de dirección conjunta de comunicaciones dentro del equipo de gestión de crisis para todo el sistema de las Naciones Unidas.

C. Papel de los centros de información de las Naciones Unidas para hacer frente a la enfermedad por coronavirus (COVID-19)

14. La reforma del sistema de las Naciones Unidas para el desarrollo ha contribuido a consolidar el papel fundamental que desempeñan los centros de información de las Naciones Unidas para sustentar la estructura de comunicaciones de los equipos de las Naciones Unidas en los países. Durante el período sobre el que se informa, los centros de información organizaron más de 140 reuniones del Grupo de Comunicaciones de las Naciones Unidas para formular estrategias y planificar programas conjuntos orientados por las prioridades nacionales. En respuesta a la COVID-19, los centros de información han ofrecido conocimientos especializados y asistencia a los equipos de gestión de crisis de las Naciones Unidas preparando estrategias de comunicación durante crisis, informes sobre la situación e informes de seguimiento diarios de los medios de comunicación, y traduciendo los principales mensajes de la OMS y otras entidades de las Naciones Unidas a los idiomas locales para difundirlos en medios digitales y tradicionales.

15. Por ejemplo, el Centro de Información de las Naciones Unidas en El Cairo colaboró con la OMS y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) para crear una guía de concienciación ciudadana sobre la COVID-19 en los medios sociales. El Centro de Información en Bogotá

trabajó con entidades de las Naciones Unidas para producir vídeos de concienciación sobre la enfermedad y el Centro de Información en Kiev colaboró con la OMS, el Fondo de Población de las Naciones Unidas y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en la publicación de cinco artículos en el sitio web ucraniano de noticias ICTV, que recibe 7 millones de visitas mensuales.

16. El Servicio de Información de las Naciones Unidas en Ginebra, por medio de vídeos, relatos y entrevistas, ha aumentado la proyección de los mensajes de las entidades de las Naciones Unidas con sede en Ginebra. En el Día Mundial del Agua (22 de marzo), el Centro de Información y el Grupo de Comunicaciones de las Naciones Unidas en Beirut lanzaron el desafío #SafeHands4Lebanon en los medios sociales utilizando vídeos de funcionarios de las Naciones Unidas, personas influyentes y celebridades, lo que generó alrededor de 287.000 interacciones.

17. La atención prestada a las comunicaciones relacionadas con la pandemia ha conllevado la disminución de muchas actividades habituales de los centros de información de las Naciones Unidas. Por ejemplo, entre febrero y junio de 2020 se llevaron a cabo 11 simulaciones del Modelo de las Naciones Unidas, en comparación con 123 en todo 2019; el número de conferencias organizadas se redujo a 156 entre febrero y junio de 2020, frente a las 1.347 que se celebraron en 2019; y el número de exposiciones pasó de 188 en 2019 a 30 entre febrero y junio de 2020.

18. Al mismo tiempo, en respuesta a la pandemia, muchas actividades aumentaron drásticamente. El Centro Regional de Información de las Naciones Unidas para Europa Occidental en Bruselas y el Centro de Información en la Ciudad de México presentaron portales web sobre la COVID-19, el último de los cuales generó 2,5 millones de páginas vistas en un mes. La información de la Organización Panamericana de la Salud/OMS sobre la COVID-19 promovida en los medios sociales por el Centro de Información en Río de Janeiro llegó a 200.000 personas el primer día, mientras que el Centro de Información en Lagos reforzó los mensajes sobre la COVID-19 mediante sintonías publicitarias radiofónicas en idiomas locales que se transmitieron a 60 millones de personas en seis estados nigerianos. Entre febrero y junio de 2020 se incluyeron artículos de opinión del Secretario General en 354 medios, en comparación con 129 en todo 2019.

19. Los centros de información de las Naciones Unidas han mejorado su narración digital y han creado historias de interés humano atractivas e inspiradoras que dan a conocer a héroes locales y trabajadores de primera línea de las Naciones Unidas. Se han publicado decenas de historias de ese tipo en el portal global del Departamento sobre la COVID-19 y en los sitios web de Noticias ONU y la Oficina de Coordinación del Desarrollo del Grupo de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible.

20. Contrarrestar la “infodemia” que ha acompañado a la COVID-19 ha sido un elemento esencial de la labor de los centros de información de las Naciones Unidas. El Centro de Información en Tiflis realizó dos vídeos con el Centro Nacional de Control de Enfermedades y Salud Pública y la Alianza Georgiana para Carreteras Seguras sobre el uso de mascarillas y guantes, mientras que el Centro de Información en Windhoek colaboró con los medios de comunicación y el Ministerio de Salud y Servicios Sociales de Namibia para proporcionar información en los idiomas locales. El Centro de Información en Pretoria, en asociación con la empresa de medios de comunicación Jive Media Africa, elaboró carteles para escuelas y lugares de trabajo que también se publicaron en el sitio web del Gobierno de Sudáfrica sobre el coronavirus.

21. Como ejemplos de alianzas creativas, cabe citar la establecida entre el Centro de Información en Lusaka y el proveedor de servicios móviles MTN Zambia Ltd para elaborar carteles con mensajes preventivos de la OMS, y la campaña #BeActive del Centro de Información en Tokio, en la que jugadores de la Asociación de Fútbol del Japón dieron consejos para hacer ejercicio en casa. El Centro de Información en

Buenos Aires colaboró con Subway, Google, Facebook y la organización no gubernamental (ONG) Chequeado para dar mayor proyección a los mensajes y crear conciencia sobre la información errónea, mientras que el Centro de Información en Moscú consiguió que líderes de opinión rusos y personas influyentes rusas, entre ellas el renombrado jugador de *hockey* sobre hielo Viacheslav Fetisov, participaran en vídeos sobre la vida durante la pandemia de COVID-19.

22. El Departamento siguió fomentando la integración de los centros de información de las Naciones Unidas y las oficinas de los coordinadores residentes mediante seminarios web semanales centrados en la respuesta de las Naciones Unidas a la pandemia. Las sesiones, a las que asistieron una media de 300 funcionarios de comunicaciones de todo el sistema de las Naciones Unidas, presentaron exposiciones informativas de la OMS y otras entidades de las Naciones Unidas, y facilitaron el intercambio de experiencias y buenas prácticas sobre las comunicaciones durante crisis. Otros seminarios web sobre la estrategia de comunicación global de las Naciones Unidas, en los que se evaluaron el impacto, la narración de historias y cuestiones regionales, contaron con un total de 5.427 participantes durante el período sobre el que se informa, en comparación con 2.231 en todo 2019. El comienzo de las reuniones de grupos regionales de pares y una red de coordinadores de idiomas reforzaron aún más el apoyo sobre el terreno.

D. Noticias y medios en el contexto de la enfermedad por coronavirus (COVID-19)

23. En febrero, el Departamento puso en marcha un portal web específico para proporcionar información consolidada y práctica, así como actualizaciones diarias, sobre la respuesta de las Naciones Unidas a la pandemia (www.un.org/coronavirus), que ha atraído desde entonces a 1,7 millones de usuarios únicos y ha registrado 2,8 millones de páginas vistas. El portal, que está disponible en los seis idiomas oficiales, incluye los informes, las declaraciones y los informes de políticas del Secretario General, sirve de plataforma para la promoción de campañas y tiene una sección especial con información para los Estados Miembros.

E. Promoción del desarrollo sostenible en el contexto de la enfermedad por coronavirus (COVID-19)

24. A la luz de la pandemia y la crisis multidimensional que ha ocasionado, se han reformulado las comunicaciones sobre el desarrollo sostenible y el cambio climático. Ahora están más orientadas a respaldar el llamamiento del Secretario General a reconstruir para mejorar, utilizando la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y el Acuerdo de París sobre el cambio climático como marcos para una economía mundial más justa, ecológica y resiliente.

25. Se promocionó ampliamente el mensaje del Secretario General en el Día Internacional de la Madre Tierra (22 de abril), seguido de sus observaciones en el Diálogo de Petersberg sobre el Clima el 28 de abril y una serie de informes de políticas y artículos de opinión en diarios como *The New York Times*, *O Globo*, *Jakarta Post* y *Le Monde*. El Secretario General destacó las dimensiones temáticas y regionales de la pandemia, así como sus repercusiones para las poblaciones vulnerables, y centró la atención en las medidas urgentes necesarias para salvar vidas y medios de subsistencia, abordando tanto la pandemia como la emergencia climática.

26. El Departamento también promovió la presentación de importantes informes del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, como *Financing for Sustainable Development Report* (9 de abril) y *World Economic Situation and Prospects as of Mid-2020* (13 de mayo).

27. Entre los actos virtuales promovidos por los canales del Departamento cabe mencionar el Evento de Alto Nivel sobre la Financiación para el Desarrollo en la Era de la COVID-19 y Después (28 de mayo) y la reunión extraordinaria de la Alianza Mundial de Inversionistas para el Desarrollo Sostenible (10 de junio). El Departamento también contribuyó al lanzamiento de la iniciativa de la Vicosecretaria General Las Mujeres se Alzan en Solidaridad (27 de abril), en la que participaron la Presidenta de Etiopía y las Primeras Ministras de Barbados y Noruega.

28. El Día Internacional de la Diversidad Biológica (22 de mayo), el Día Mundial del Medio Ambiente (5 de junio) y el Día Mundial de los Océanos (8 de junio) ofrecieron otras oportunidades de gran proyección para destacar la importancia de un planeta sano y una recuperación verde.

29. En el sitio web de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (www.un.org/sustainabledevelopment) se incluyó contenido multimedia sobre el impacto de la COVID-19 en cada Objetivo, que registró una media mensual de más de 2,5 millones de páginas vistas en 2020 entre todos los idiomas oficiales, así como en la cuenta de medios sociales @GlobalGoalsUN, que tiene más de 700.000 seguidores.

30. La participación en el Pacto de Medios en pro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible superó los 100 miembros, con un alcance de más de 2.000 millones de personas en los cinco continentes. Entre los miembros más recientes figuran Shanghai Media Group, Sistema Sagres (Brasil) y *Nigerian Observer*. Los paquetes de materiales editoriales mensuales cambiaron de orientación y pasaron a destacar los Objetivos de Desarrollo Sostenible pertinentes en relación con la pandemia, como la salud (Objetivo 3) en abril y las desigualdades (Objetivo 10) en mayo.

F. Colaboración con la comunidad creativa y Mensajeros de la Paz

31. Todos los Mensajeros de la Paz actuales firmaron una declaración conjunta en apoyo del llamamiento del Secretario General a un alto el fuego mundial durante la pandemia, la cual generó 80.000 interacciones en los medios sociales. También difundieron al menos 59 entradas en apoyo de los mensajes de las Naciones Unidas sobre la COVID-19, lo que generó 371.000 interacciones.

32. La celebración en 2020 del Día Mundial de Concienciación sobre el Autismo (2 de abril) puso de relieve el riesgo desproporcionado que corren las personas con autismo y la importancia de velar por que no se vulneren sus derechos durante la pandemia, y las publicaciones en medios sociales sobre el Día generaron más de 10.000 interacciones. El Día Internacional del Deporte para el Desarrollo y la Paz (6 de abril) se centró en la campaña #MantenteActivo, que generó 79.600 interacciones.

G. Iniciativa Impacto Académico de las Naciones Unidas

33. Al tiempo que la pandemia se extendía, la Iniciativa Impacto Académico de las Naciones Unidas adaptó rápidamente su programa de trabajo a la difusión digital con un amplio contenido multimedia e interacciones virtuales para su audiencia mundial de estudiantes, docentes, administradores de universidades, investigadores e innovadores. Durante el período sobre el que se informa, la iniciativa comenzó una serie de seminarios web multilingües y multimedia sobre las repercusiones de la

COVID-19 en la enseñanza superior, entre otras cosas sobre qué lecciones podían aprenderse y cómo sería la educación después de la pandemia.

H. Extensión educativa

34. El 18 de mayo, el Departamento celebró un seminario web titulado “Fighting stigma, xenophobia, hate speech and racial discrimination related to COVID-19”, que fue organizado en conjunción con la Dependencia de la Sociedad Civil, el Programa de Divulgación sobre el Holocausto y las Naciones Unidas, y el programa Recordemos la Esclavitud. De los 400 asistentes encuestados, el 100 % indicó que la reunión informativa los había ayudado a comprender mejor cómo se utilizaba la desinformación para fomentar el racismo, los prejuicios y la estigmatización de las personas infectadas con COVID-19, mientras que el 69 % dijo que aplicaría lo aprendido a su trabajo o estudios.

35. El 28 de mayo, el Departamento celebró un seminario web titulado “Inclusion in the time of COVID-19: confronting slavery’s legacy of racism together”, en el que participaron 380 personas. El debate, organizado por el programa Recordemos la Esclavitud y la UNESCO en el contexto del Decenio Internacional de los Afrodescendientes, se centró en cómo las personas afrodescendientes han sufrido de manera desproporcionada a causa de la COVID-19. Entre los encuestados, el 84 % dijo que, gracias al seminario web, comprendía mejor cómo la COVID-19 exacerbaba las desigualdades raciales.

I. Servicios de visitantes

36. A partir de mediados de marzo, los servicios de visitantes de Ginebra, Nairobi, Nueva York y Viena se movilizaron rápidamente para reorientar sus esfuerzos a fin de ofrecer visitas guiadas y exposiciones informativas virtuales y en línea. En Viena, una serie de vídeos de #ObjetivosMundiales muestra cómo las Naciones Unidas han continuado durante la crisis con su labor de apoyo encaminada a lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En Nueva York se realizaron visitas virtuales para el programa NYC Junior Ambassadors, New York Times Summer Academy, escuelas primarias del Pakistán y universidades, así como para grupos del Modelo de las Naciones Unidas. En Ginebra, el Servicio de Visitantes está preparando cortometrajes y visitas virtuales del Palacio de las Naciones utilizando una tecnología de filmación de 360 grados, un proyecto en curso que se emprendió en el contexto del plan estratégico de conservación del patrimonio de la Oficina de las Naciones Unidas en Ginebra, y ya se han reanudado las visitas protocolarias para dignatarios. En Nairobi, el Servicio de Visitantes está ultimando una exposición sobre las Naciones Unidas en África —cuya instalación está prevista, en principio, para finales de 2020— que formará parte de la visita guiada.

J. Soluciones de conocimiento

37. Durante el período sobre el que se informa, se publicaron en la intranet de las Naciones Unidas, iSeek, unos 600 artículos distintos en inglés y francés, el 40 % de los cuales guardaban relación con la COVID-19. Se amplió el acceso a iSeek al personal que trabajaba a distancia, y se crearon páginas de recursos dedicadas a las políticas de respuesta a la pandemia. Se emprendió una serie de 15 sesiones informativas en línea, iSeek Live, que atrajo a 50.000 espectadores; en una de estas sesiones, se presentó Verified a 1.400 miembros del personal. Como parte de las medidas en curso para ampliar el acceso a iSeek, 50.000 funcionarios del UNICEF, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y la Entidad de las Naciones Unidas para la

Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU-Mujeres) se sumaron a los 40.000 funcionarios de la Secretaría que ya tenían acceso.

38. En respuesta a la pandemia, la Dependencia de Diseño Gráfico desarrolló un sistema visual para los gráficos en medios sociales, los sitios web y más de 15 informes e informes de políticas sobre la COVID-19 para la Oficina Ejecutiva del Secretario General.

39. El Grupo Web de la Sección de Difusión de Conocimientos y Diseño prestó apoyo técnico para el sistema de gestión de contenidos web basado en Drupal (conocido como “UN2”), lo que hizo posible implantar rápidamente el sitio web público de las Naciones Unidas sobre el coronavirus (www.un.org/coronavirus) en todos los idiomas oficiales.

K. Ventas y comercialización

40. La Sección de Ventas y Comercialización de Publicaciones de las Naciones Unidas incorporó contenido sobre la COVID-19 en su sitio web de comercio electrónico (shop.un.org), así como en su plataforma en línea, UN iLibrary; produjo libros electrónicos accesibles para personas con discapacidad a partir de todos los informes de políticas sobre la COVID-19; y publicó *From My Window: Children at Home During COVID-19*, que muestra la vida de niños de todo el mundo confinados en casa desde su propio punto de vista. El Club de Lectura de los Objetivos de Desarrollo Sostenible ofreció en línea su iniciativa de cuentos para niños durante un mes, del 5 de mayo al 2 de junio, a fin de colaborar con editoriales para promover contenido sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible durante la pandemia.

L. Exposiciones

41. La Dependencia de Exposiciones redirigió su atención a las exposiciones en línea en relación con los días internacionales de las Naciones Unidas. Entre marzo y junio de 2020 se organizaron seis exposiciones en línea sobre cuestiones prioritarias, entre ellas la violencia sexual en los conflictos, el mantenimiento de la paz y el estado de los océanos del mundo. Estas exposiciones recibieron 1.475 visitantes en línea y generaron 3.300 interacciones en medios sociales.

M. Dependencia de la Sociedad Civil y Servicio de Enlace con las Organizaciones No Gubernamentales

42. La primera exposición informativa virtual de la Dependencia de la Sociedad Civil puso de relieve la labor del personal de enfermería y sanitario en primera línea de la pandemia y contó con 580 asistentes de 20 países. El Departamento hizo un llamamiento para que se presentaran historias que pusieran de relieve las respuestas de la sociedad civil a la pandemia, 30 de las cuales terminaron promoviéndose en medios sociales. También se publicó una encuesta sobre la información errónea en la sociedad civil en siete idiomas.

N. Crónica ONU

43. *Crónica ONU* publicó 17 artículos sobre la pandemia y la respuesta de las Naciones Unidas, haciendo hincapié en las soluciones a largo plazo que podrían ayudar a prevenir futuros brotes mortales y reconstruir para mejorar. Los Representantes Permanentes de los Estados Miembros, funcionarios de las Naciones

Unidas y otros expertos contribuyeron con contenido escrito sobre el uso que la Organización está haciendo de la tecnología para frenar la propagación del virus sin dejar de cumplir sus funciones y mandatos básicos; la protección del medio ambiente y la biodiversidad como medio de prevenir la aparición de enfermedades mortales; y el papel fundamental de las mujeres para salvar vidas y satisfacer las necesidades de recuperación. El sitio web logró más de 1,5 millones de páginas vistas entre junio de 2019 y junio de 2020.

O. Biblioteca Dag Hammarskjöld

44. En respuesta a la pandemia, la Biblioteca Dag Hammarskjöld permitió el acceso remoto a su catálogo de recursos electrónicos por el personal y las delegaciones en la Sede de las Naciones Unidas. Por conducto del Consorcio del Sistema de las Naciones Unidas para la Adquisición de Información Electrónica, la Biblioteca garantizó el acceso remoto de los organismos especializados, fondos y programas de las Naciones Unidas a los recursos suscritos. Asimismo, la Biblioteca preparó y publicó un conjunto de preguntas frecuentes en línea en español, francés e inglés, en el que recopila y mantiene información actualizada sobre las actividades de las Naciones Unidas.

IV. Multilingüismo

A. El papel de los centros de información de las Naciones Unidas en el multilingüismo

45. La red de 59 centros de información de las Naciones Unidas trabaja a diario en árabe, español, francés, inglés y ruso, así como en otros 106 idiomas locales¹. Por ejemplo, los centros de información en Dakar, Dar es Salam, Lagos, Lusaka, Pretoria, Windhoek y Yaundé tradujeron mensajes del Secretario General y vídeos y entrevistas con expertos de las Naciones Unidas a los idiomas locales y los difundieron por conducto de emisoras de televisión asociadas, redes radiofónicas comunitarias y programas de radio de las Naciones Unidas, con un alcance potencial de más de 400 millones de personas.

46. El Centro de Información en Nueva Delhi coordinó la publicación de vídeos sobre la COVID-19 en lengua de signos hindi en medios de comunicación tradicionales y medios sociales. El Centro de Información en Dakar facilitó la difusión de una campaña panafricana de divulgación que utilizaba vídeos para combatir la información errónea sobre la COVID-19 en los idiomas locales a través de las redes televisivas nacionales y regionales de 22 países africanos francófonos. A fin de promover el sistema de las Naciones Unidas en Viena, el Servicio de Información de las Naciones Unidas en Viena, en alianza con el Servicio de Gestión de Conferencias y el Servicio de Tecnología de la Información de la Oficina de las

¹ Afrikáans, alemán, amhárico, armenio, azerí, bafut, bambara, bangwa, basaa, bamba, bengalí, bielorruso, birmano, catalán, checheno, checo, cingalés, criollo, danés, diula, eslovaco, esloveno, euskera, ewondo, feroés, filipino, finés, frisón, fulfulde, gallego, georgiano, griego, guaraní, gujaratí, gulmacema, hausa, hindi, húngaro, igbo, ila, indonesio, islandés, italiano, japonés, kaonde, kituba, lala, lamba, lenje, lingala, lozi, lunda, luvala, malgache, mambwe, maorí, maratí, mari, mbunda, mooré, namwanga, ndebele, neerlandés, ngoni, nkoya, noruego, nsenga, nyanja, persa, *pidgin* inglés, polaco, portugués, quechua, rumano, sami septentrional, sepedi, sesotho, setswana, shona, shupamum, siswati, soli, suajili, sueco, tagalo, tamazight, tamil, tártaro, telugu, tigríña, tongano, tsonga, tumbuka, turco, turcomano, twi, ucraniano, urdu, venda, vietnamita, wolof, xhosa, yakuto, yoruba y zulú.

Naciones Unidas en Viena y el Grupo de Comunicaciones de las Naciones Unidas en Viena, puso en marcha un portal web multilingüe (www.unvienna.org).

B. Noticias y reportajes multimedia y multilingües

47. Durante el período sobre el que se informa, los sitios web de Noticias ONU registraron un gran aumento en el número de usuarios, de más del 437 %, frente al mismo período en 2019. A principios de febrero, Noticias ONU creó una página web sobre el coronavirus en nueve idiomas destinada a audiencias internacionales.

48. Noticias ONU siguió cubriendo las sesiones virtuales del Consejo de Seguridad, así como las principales sesiones de la Asamblea General y el Consejo Económico y Social, además de dar mayor proyección al compromiso de las Naciones Unidas con los derechos humanos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

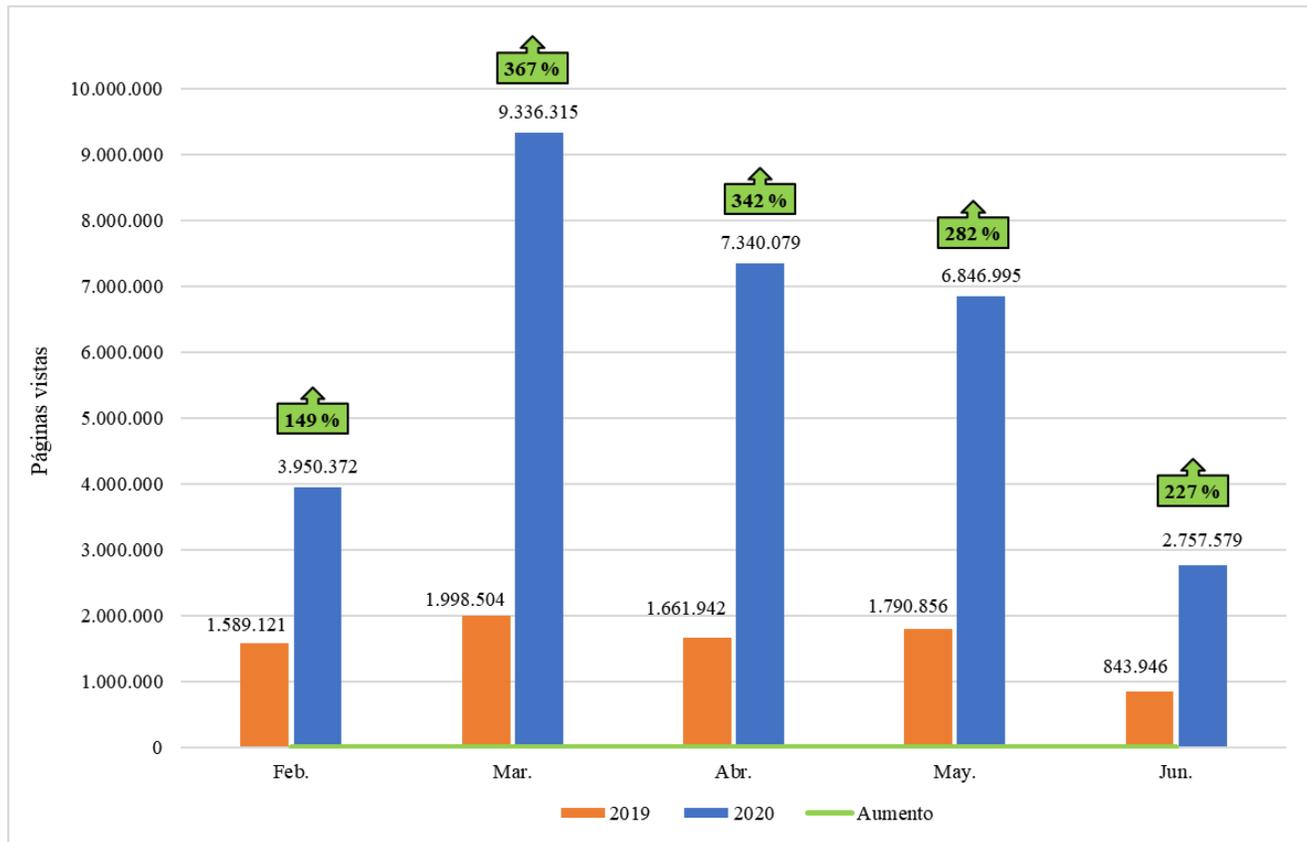
49. Gracias a los datos y las estadísticas proporcionados por la OMS y a los contactos mantenidos con las oficinas de los coordinadores residentes a fin de abarcar todas las facetas de la pandemia, Noticias ONU atrajo un volumen sustancial de nuevos lectores (véanse las figs. I y II) que buscaban información fidedigna y narraciones atractivas. Noticias ONU produjo vídeos explicativos para el público a fin de combatir la confusión y la información errónea sobre el coronavirus y destacó ejemplos prácticos de solidaridad. Se prosiguió con las actividades encaminadas a fortalecer la paridad entre las lenguas, y los asociados de las universidades subtitaron más de 40 vídeos en los idiomas oficiales.

Figura I

Aumento del número de usuarios de Noticias ONU, febrero a junio de 2019 y febrero a junio de 2020



Figura II
Aumento del número de páginas vistas de Noticias ONU, febrero a junio de 2019 y febrero a junio de 2020



50. El aumento de la audiencia de Noticias ONU en árabe que se produjo en marzo no tuvo precedentes: las páginas vistas se incrementaron en un 1.000 % y el número de usuarios en un 1.772 %. Además de cubrirse la pandemia, se siguieron tratando cuestiones apremiantes, como las situaciones en Libia, Palestina y el Yemen. Uno de los reportajes más populares fue una videoentrevista a una tunecina miembro del personal de mantenimiento de la paz, que fue retransmitida por destacados medios de comunicación, como Al Jazeera, Al Arabiya y Al Ekhbariya.

51. La Dependencia de Chino de Noticias ONU produjo más de 30 entrevistas y reportajes exhaustivos sobre la lucha en primera línea contra la COVID-19 con supervivientes, beneficiarios y expertos de las Naciones Unidas en China, además de su cobertura habitual. Su cuenta en Weibo tiene ahora más de 126 millones de seguidores, cuatro veces más que en 2019. Una publicación reciente sobre la participación de funcionarios de las Naciones Unidas en las iniciativas emprendidas en Nueva York para combatir la pandemia batió un récord al registrar 6 millones de visitas.

52. Los visitantes de Noticias ONU en inglés se incrementaron en más de un 140 %, con 8,8 millones de páginas vistas. El artículo más leído fue “China shows COVID-19 coronavirus can be ‘stopped in its tracks’”, que alcanzó un récord de 765.000 páginas vistas y fue la página de un.org más visitada en marzo y abril. El producto más escuchado fue un pódcast con la Relatora Especial sobre las formas contemporáneas de racismo, discriminación racial, xenofobia y formas conexas de intolerancia, “‘Entrepreneurs of intolerance’ compound COVID-19 racist backlash”, de la serie *The Lid Is On*.

53. Las páginas vistas de Noticias ONU en francés aumentaron en un 273 % como resultado de su cobertura impactante y oportuna de la respuesta de las Naciones Unidas a la pandemia. Durante el período sobre el que se informa, 90 de los 100 artículos más leídos guardaban relación con el coronavirus. Los artículos más populares trataban sobre África, consejos generales a la población y los efectos del virus en los niños. Las audiencias del sitio en medios sociales también se incrementaron, con un aumento del 73 % en los seguidores de Twitter y del 40 % en los seguidores de Facebook respecto de 2019.

54. Con un nuevo asociado sito en los Estados Unidos de América, Radio Zindagi, Noticias ONU en hindí registró un aumento de más del 350 % en las páginas vistas y del 679 % en el número de usuarios en comparación con 2019. También se observó un aumento pronunciado en el tráfico web procedente de las búsquedas orgánicas y los medios sociales, de alrededor del 1.300 % y el 150 %, respectivamente. La Dependencia de Hindi amplió su gama de contenidos multimedia, entre ellos un reportaje sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible remitido desde el Festival de Literatura de Jaipur, en la India.

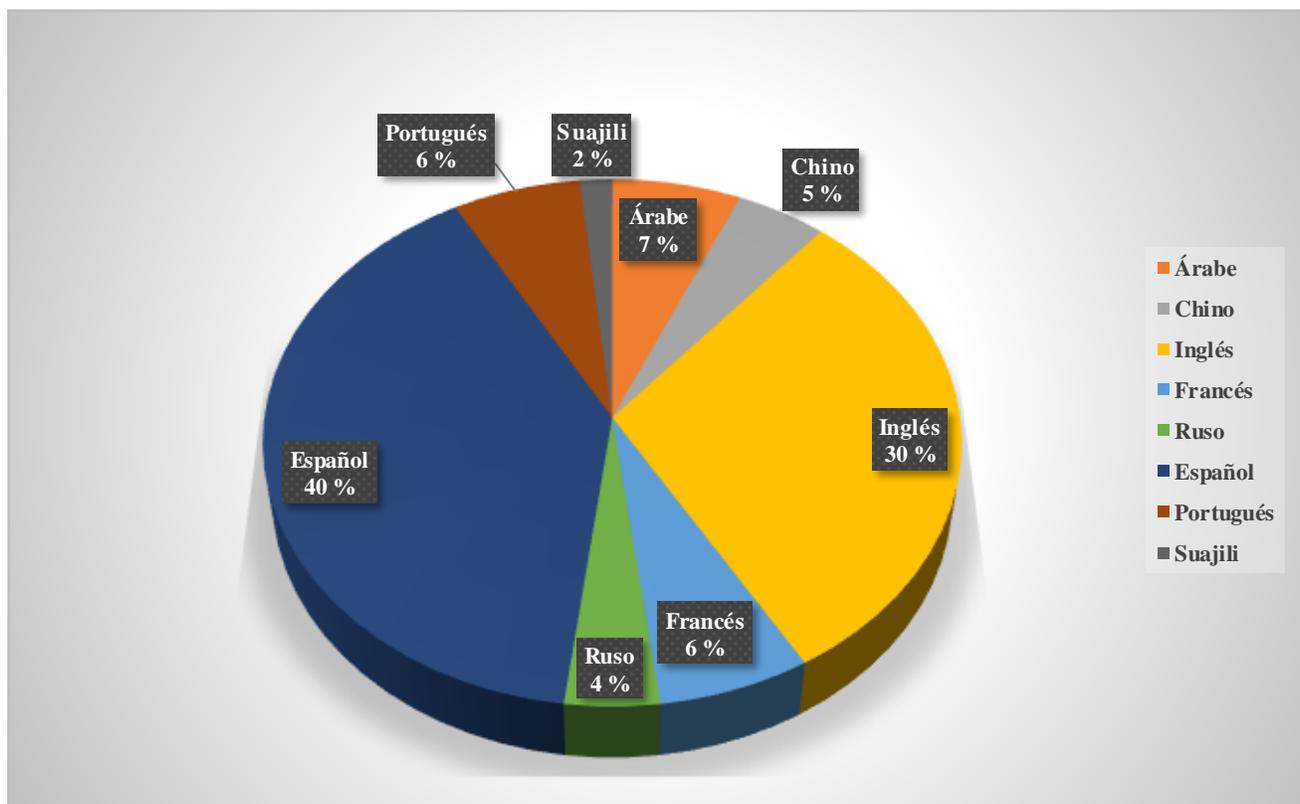
55. Noticias ONU en suajili siguió adaptando el contenido a las audiencias y plataformas de la región de África Oriental. Los artículos fueron incorporados casi a diario en medios de comunicación, blogs y otras emisoras en línea de África Oriental. Desde el período al que se refería el informe anterior, Noticias ONU en suajili ha sumado 10 nuevos asociados, entre ellos radioemisoras tradicionales, emisoras de televisión generalistas y emisoras en línea.

56. En marzo, la Dependencia de Portugués experimentó un aumento del 285 % en las páginas vistas. La Dependencia fortaleció sus alianzas con los equipos de las Naciones Unidas en países lusoparlantes, forjó una importante alianza con CNN Brasil y renovó la cooperación con SAPO Portugal, un agregador de contenidos en línea. Durante el período que se examina, los suscriptores del canal de YouTube en portugués aumentaron en un 83 %, y la Dependencia participó en la promoción del primer Día Mundial de la Lengua Portuguesa.

57. Durante el período sobre el que se informa, la audiencia rusa de Noticias ONU creció constantemente y llegó a más de 672.000 usuarios, con más de 1,2 millones de páginas vistas, lo que representa un aumento del 258 % con respecto al mismo período en 2019. Los reportajes realizados sobre el terreno formaron parte importante de la cobertura de la pandemia. Otras actividades destacadas del período fueron dos campañas en medios sociales organizadas conjuntamente por Noticias ONU en ruso, el equipo ruso de medios sociales y la Misión Permanente de la Federación de Rusia: una iniciativa conjunta con los países de la Comunidad de Estados Independientes para celebrar el 75° aniversario de la victoria sobre el régimen nazi y una campaña para el Día del Idioma Ruso.

58. Noticias ONU en español colaboró estrechamente con los centros de información y los organismos de las Naciones Unidas en toda América Latina para ampliar su cobertura de la región, y ha batido récords en el número de páginas vistas y visitantes casi todos los meses desde febrero. En mayo, el sitio alcanzó un máximo histórico de 3,37 millones de páginas vistas, lo que lo convirtió en el más visitado de los nueve sitios de Noticias ONU en diferentes idiomas por cuarto mes consecutivo (véase la fig. III). El sitio experimentó un crecimiento del 505 % en las páginas vistas entre febrero y junio. El número de seguidores de la cuenta de Twitter de Noticias ONU en español aumentó en más del 30 % y llegó a 310.000 seguidores, debido en parte al seguimiento en directo de las frecuentes conferencias de prensa de la OMS sobre la pandemia.

Figura III
 Páginas vistas de Noticias ONU por idioma, febrero a mayo de 2020



C. Iniciativa de Colaboración con la Comunidad Creativa y multilingüismo

59. El Departamento relanzó la campaña de vídeos educativos sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible con Thomas y sus amigos en chino, español, inglés, italiano, japonés, polaco y portugués para ofrecer oportunidades de aprendizaje y recursos educativos a las familias mientras las escuelas estaban cerradas a raíz de la pandemia, lo que dio lugar a más de 400.000 visitas adicionales a los breves vídeos, por lo que la campaña alcanzó un total de más de 6,3 millones de visualizaciones.

D. Ventas y comercialización y multilingüismo

60. United Nations iLibrary siguió ampliando su catálogo y añadió 211 libros, informes y otros materiales entre febrero y junio, por lo que el número total de obras ascendió a 8.447. Más de la mitad de los materiales eran multilingües o estaban en un idioma que no era el inglés. Todos los meses, el Club de Lectura de los Objetivos de Desarrollo Sostenible utiliza libros en todos los idiomas oficiales de las Naciones Unidas para lograr que los niños de entre 6 y 12 años se impliquen en los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Este año el Club presentó libros sobre diversos temas, entre ellos el trabajo decente y el crecimiento económico (Objetivo 8) y la reducción de las desigualdades (Objetivo 10).

V. Participación de la juventud

A. Oficina de la Enviada del Secretario General para la Juventud

61. La Oficina de la Enviada del Secretario General para la Juventud sigue buscando la participación de la juventud y defendiendo, dentro y fuera del sistema de las Naciones Unidas, su implicación en las prioridades descritas en la Estrategia de las Naciones Unidas para la Juventud, entre ellas la salud mental, el cambio climático y la prevención del extremismo violento, así como en los procesos y las iniciativas de las Naciones Unidas, como el foro político de alto nivel sobre el desarrollo sostenible y la iniciativa de diálogo mundial en el marco del 75º aniversario de las Naciones Unidas. En el contexto de la COVID-19, la Oficina adaptó su labor para proporcionar información precisa sobre la pandemia a los jóvenes al mismo tiempo que promovía la solidaridad mundial, y ofrecer un espacio seguro en línea donde intercambiar ideas e inquietudes.

62. Entre las iniciativas de la Oficina de la Enviada del Secretario General para la Juventud en relación con la pandemia figuran una serie de seminarios web dedicados a la juventud y su salud mental, organizados en colaboración con la OMS y el UNICEF, que alcanzaron los 146.000 usuarios; el blog semanal de la Enviada, en el que destaca las iniciativas juveniles para hacer frente a la crisis; y la difusión de información precisa y verificada. La Enviada siguió pronunciando discursos virtuales, formulando declaraciones y enviando videomensajes.

63. La Oficina de la Enviada del Secretario General para la Juventud registró más de 210.000 usuarios en su sitio web. Entre marzo y junio se contabilizaron más de 192.000 interacciones en Twitter y 376.644 interacciones en Facebook.

B. Participación de la juventud en relación con los centros de información de las Naciones Unidas

64. Los centros de información de las Naciones Unidas siguieron interaccionando con el público joven; por ejemplo, el Centro de Información en Nairobi acogió a 200 representantes de la juventud de 20 universidades para la Conferencia Modelo de las Naciones Unidas en Kenya, el Centro de Información en Buenos Aires organizó un Modelo de Naciones Unidas virtual centrado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible para 23 escuelas argentinas, mexicanas y uruguayas, y el Centro de Información en Yaundé expuso documentos y juegos, y proyectó vídeos el Día Nacional de la Juventud. A fin de alentar a los niños a que se implicaran pronto con los principios de sostenibilidad, el Centro de Información en Yakarta puso en marcha el Club de Lectura de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Indonesia.

C. Participación de la juventud en relación con la Dependencia de la Sociedad Civil y el Servicio de Enlace con las Organizaciones No Gubernamentales

65. En abril se celebraron actos en línea dirigidos por jóvenes, en colaboración con el Comité Directivo de Representantes Juveniles de la Sociedad Civil del Departamento, para intercambiar información regional actualizada sobre problemas concretos experimentados durante la pandemia y conmemorar el Día Internacional del Multilateralismo y la Diplomacia para la Paz (24 de abril) y el cincuentenario del Día Internacional de la Madre Tierra (22 de abril) a fin de intensificar la participación juvenil para hacer frente con mayor eficacia a la emergencia climática. Esos actos registraron casi 3.500 visualizaciones en directo.

D. Participación de la juventud por medio de la Iniciativa Impacto Académico de las Naciones Unidas

66. En marzo, la Iniciativa Impacto Académico de las Naciones Unidas lanzó #Work4UN, una serie digital, multimedia y multilingüe sobre las vías de acceso de que disponen los jóvenes para trabajar en las Naciones Unidas. La serie se ofrece en todos los idiomas oficiales de las Naciones Unidas y, hasta la fecha, los artículos y videos se han visto más de 181.000 veces en el sitio web de la Iniciativa Impacto Académico de las Naciones Unidas y el canal de YouTube y la página de WeChat de las Naciones Unidas.

VI. Servicios de comunicaciones estratégicas

A. Derechos humanos

67. El Día Internacional de Reflexión sobre el Genocidio de 1994 contra los Tutsis en Rwanda (12 de abril), organizado en colaboración con la Misión Permanente de Rwanda, se conmemoró virtualmente con videomensajes del Secretario General y el Presidente de la Asamblea General, mensajes en los medios sociales, un reportaje de Noticias ONU y el testimonio de una superviviente.

68. El Departamento preparó una serie de debates en línea en los que vinculó los programas de divulgación que tiene encomendados sobre la trata transatlántica de esclavos, el Holocausto y el genocidio de 1994 contra los tutsis en Rwanda a fin de poner de relieve la interrelación entre los legados de la desigualdad y el racismo.

69. Con ocasión del Día Internacional de Sensibilización sobre el Albinismo (13 de junio), el Departamento, en colaboración con la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos y la Experta Independiente sobre el disfrute de los derechos humanos de las personas con albinismo, prestó apoyo en materia de divulgación y comunicación en los medios sociales y a través de un reportaje para fomentar la conciencia sobre la discriminación que sufren las personas con albinismo.

70. El Departamento, en estrecha colaboración con el Presidente de la Asamblea General, sirvió de secretaria para el Premio Nelson Rolihlahla Mandela de las Naciones Unidas. Si bien se seleccionó a dos ganadores, se retrasó la entrega en persona de los premios debido a la pandemia.

71. El Departamento ayudó con la labor de comunicación y difusión multilingües para la publicación del llamamiento del Secretario General a la acción en materia de derechos humanos (24 de febrero) y, en colaboración con la Oficina del Asesor Especial sobre la Prevención del Genocidio, contribuyó a la nota “Guidance note on addressing and countering COVID-19-related hate speech” (11 de mayo) y facilitó su publicación en francés e inglés.

B. Paz y seguridad

72. El Departamento colaboró con el Departamento de Operaciones de Paz para promover el Día Internacional del Personal de Paz de las Naciones Unidas (29 de mayo), con el tema “Mujeres en las operaciones de mantenimiento de la paz”. Entre los productos multimedia y de medios sociales figuraban perfiles de mujeres en operaciones de mantenimiento de la paz y entrevistas con los medios de comunicación nacionales de sus países, lo que tuvo como resultado más de 225 artículos en 29 países. Las actividades de divulgación en medios de comunicación tradicionales y medios

sociales en 48 países que aportan contingentes y fuerzas de policía llegaron a millones de personas y lograron interacciones en línea sustanciales.

73. En febrero, el Departamento, junto con el Departamento de Operaciones de Paz y el Departamento de Estrategias, Políticas y Conformidad de la Gestión, organizó otra sesión educativa, que duró tres días, sobre la comunicación acerca de la explotación y los abusos sexuales para 14 funcionarios superiores de las Naciones Unidas sobre el terreno y personal de la Unión Africana. El Departamento siguió velando por que los sitios web externos e internos de las Naciones Unidas ofrecieran la información más reciente sobre las actividades para poner fin a la explotación y los abusos sexuales perpetrados por personal de las Naciones Unidas.

74. El Departamento también preparó orientaciones comunicativas para las declaraciones y las observaciones públicas formuladas por las Naciones Unidas en respuesta a protestas públicas como parte de unas orientaciones analíticas y operacionales más amplias destinadas a los equipos de las Naciones Unidas en los países y las operaciones de paz.

C. Nueva Alianza para el Desarrollo de África

75. Durante el período sobre el que se informa, el Departamento reorganizó su labor para producir contenido de noticias centrado en la respuesta de África a la pandemia, colaborando estrechamente con asociados importantes, a saber, la Oficina de la Asesora Especial sobre África, la Unión Africana, la Agencia de Desarrollo de la Unión Africana, la Comisión Económica para África y los centros de información de las Naciones Unidas.

76. El Departamento entrevistó a la Directora Regional de la OMS para África, al Director de los Centros Africanos para el Control y la Prevención de Enfermedades, al Director General de la Agencia de Desarrollo de la Unión Africana, al Secretario General de la Zona de Libre Comercio Continental Africana y a los jefes del Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/Sida y de la Oficina para África del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo sobre la preparación y la respuesta del continente. Las entrevistas, junto con reportajes especiales sobre temas como los efectos de la pandemia en las personas con discapacidad y campañas en línea para aclamar al personal sanitario africano y a las mujeres en operaciones de mantenimiento de la paz del continente, se difundieron ampliamente a través de los canales digitales del Departamento, entre otros a más de 206.000 seguidores en medios sociales. Las visitas al sitio web de *Africa Renewal* (www.un.org/africarenewal) ascendieron a más de 1,5 millones, y el número de suscriptores al boletín electrónico superó los 4.000.

77. El Departamento ayudó a preparar y distribuir un artículo de opinión de la Vicesecretaria General sobre la recuperación tras la COVID-19 para *Africa Renewal*, el cual se tradujo al francés, portugués y suajili, y se reeditó en 44 publicaciones. Durante el período sobre el que se informa, *Africa Renewal* publicó 77 artículos que fueron reeditados por 327 medios de comunicación de diversos países, entre ellos Alemania, Argelia, Chequia, los Estados Unidos, Polonia, el Senegal, Uganda, el Yemen, Zambia y Zimbabwe.

78. El apoyo prestado a otros departamentos incluyó el rediseño del sitio web de la Oficina de la Asesora Especial sobre África y la ayuda en materia de comunicaciones para el Ciclo de Diálogos sobre África de 2020 (20 a 22 de mayo).

D. Descolonización

79. El Departamento, en estrecha consulta con el Departamento de Asuntos Políticos y de Consolidación de la Paz, elaboró un folleto titulado “Ten frequently asked questions on the United Nations and decolonization”, que va a traducirse a todos los idiomas oficiales de las Naciones Unidas y publicarse en línea. Otras actividades de apoyo a la agenda de descolonización de las Naciones Unidas se detallan en el informe del Secretario General relativo a la difusión de información sobre la descolonización (A/AC.109/2020/18).

80. La Biblioteca Dag Hammarskjöld recibió unas 30 solicitudes de investigación amplia sobre el tema de la descolonización.

E. Programa especial de información sobre la cuestión de Palestina

81. El Departamento promovió actividades virtuales organizadas por el Comité para el Ejercicio de los Derechos Inalienables del Pueblo Palestino, entre ellas el Foro de las Naciones Unidas sobre la Cuestión de Palestina (4 de junio), una conversación en línea con el Primer Ministro del Estado de Palestina (18 de mayo) y otros dos actos especiales celebrados los días 14 y 21 de abril en relación con los efectos de la pandemia en el Territorio Palestino Ocupado. Los actos se promocionaron digitalmente, entre otras cosas en las cuentas de los medios sociales de las Naciones Unidas y en un grupo de Facebook para alumnos de un programa de capacitación integrado por más de 85 periodistas palestinos.

VII. Divulgación y promoción

A. Dependencia de la Sociedad Civil y Servicio de Enlace con las Organizaciones No Gubernamentales

82. Antes de que se aplazara la Conferencia de las Naciones Unidas para Apoyar la Implementación del Objetivo de Desarrollo Sostenible 14: “Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible”, el Servicio de Enlace con las Organizaciones no Gubernamentales había concluido las rondas preparatorias de la acreditación de las ONG, las instituciones académicas y las organizaciones del sector privado, y había apoyado la participación y las aportaciones de la sociedad civil a una audiencia de interesados en la Conferencia. En cooperación con ONU-Mujeres, el Servicio de Enlace con las Organizaciones no Gubernamentales también dirigió un proceso de acreditación para el examen al cabo de 25 años de la aplicación de la Declaración y la Plataforma de Acción de Beijing, que aún no se ha reprogramado.

B. Servicios de visitantes

83. Hasta que se suspendió el acceso público a los recintos de las Naciones Unidas en marzo a raíz de la pandemia, más de 30.000 visitantes asistieron a visitas guiadas y exposiciones informativas en Ginebra, Nairobi, Nueva York y Viena. Las visitas se realizaron en más de 20 idiomas y se adaptaron a la audiencia o a los temas. En Nueva York, el Mes de la Historia Negra y el día de los niños en las Naciones Unidas, celebrados en febrero, fueron especialmente populares, con más de 1.000 participantes, y Viena organizó el tradicional programa “Ferienspiel” durante las vacaciones escolares.

C. Biblioteca Dag Hammarskjöld

84. Se finalizó la perspectiva estratégica de la Biblioteca Dag Hammarskjöld para 2025, en la que se incorporaron diversos productos del grupo de trabajo de la Biblioteca. Esa perspectiva va acompañada de planes de trabajo anuales, en los que se definen las medidas y los proyectos que se emprenderán para alcanzar los objetivos estratégicos de la Biblioteca, entre los que figuran el fomento del multilingüismo, la implicación de la comunidad académica mundial y el aprovechamiento de tecnologías innovadoras.

85. Para facilitar el acceso al contenido de las Naciones Unidas, la Biblioteca Dag Hammarskjöld analizó y cargó más de 8.200 documentos para reuniones y publicaciones de las Naciones Unidas en la Biblioteca Digital de las Naciones Unidas y el Sistema de Archivo de Documentos, dándose prioridad al contenido relacionado con la COVID-19. La Biblioteca Digital de las Naciones Unidas registró más de 1,5 millones de descargas únicas en los seis idiomas oficiales.

86. A fin de preservar la historia singular de las Naciones Unidas, se digitalizaron y pusieron en línea más de 7.600 documentos históricos (que representan 52.390 páginas), entre ellos 826 documentos de la Comisión Política Especial y de Descolonización de la Asamblea General y 539 documentos del Consejo de Administración Fiduciaria. La Biblioteca Dag Hammarskjöld seguirá ocupándose de esta importante función conforme a los recursos de que dispone.

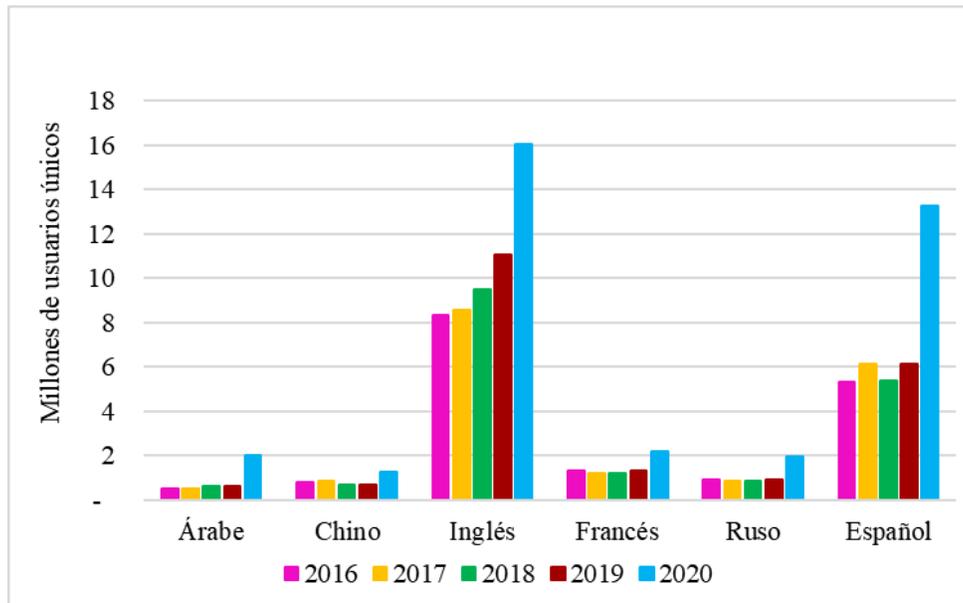
VIII. Noticias y medios

A. Sitios web y medios digitales

87. Durante el período sobre el que se informa, el Departamento creó, mantuvo y amplió sitios web en varios idiomas para las sesiones y reuniones, las iniciativas y los días internacionales de las Naciones Unidas, como la Cumbre sobre los Sistemas Alimentarios de 2021, la Iniciativa Spotlight y el 75° aniversario de las Naciones Unidas. Se lanzaron nuevos sitios web para la Hoja de Ruta para la Cooperación Digital, la Estrategia de Datos del Secretario General, el ciclo de podcasts *Awake at Night* y el Día Internacional del Té. La gobernanza de los sitios web de las Naciones Unidas siguió siendo una prioridad, y se actualizaron y aplicaron las normas de marca del sitio web de la Secretaría.

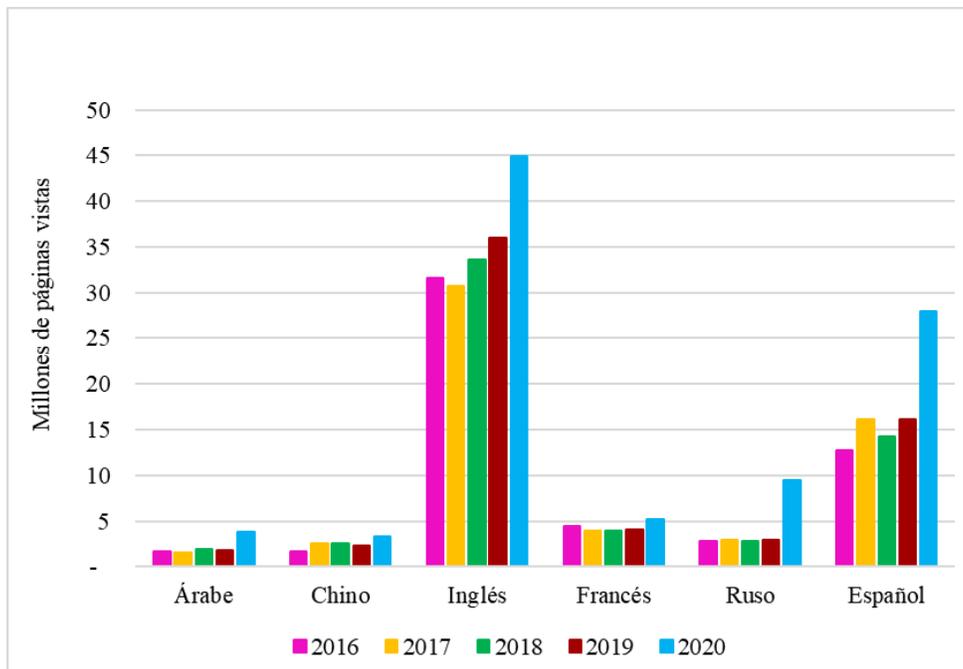
88. El sitio web www.un.org contó con 36 millones de usuarios entre todos los idiomas de febrero a mayo de 2020, lo que representa un aumento del 77 % respecto de 2019. Todos los idiomas registraron un crecimiento notable en cuanto a su alcance: el mayor incremento de la audiencia se observó en español (7 millones de usuarios) e inglés (5 millones de usuarios) y las mayores tasas de aumento correspondieron al árabe (219 %), el español (116 %) y el ruso (112 %) (véase la fig. IV).

Figura IV
Alcance (usuarios) por idioma, entre febrero y mayo de 2016 a 2020



89. También aumentó la interacción del público en todos los idiomas entre febrero y mayo de 2020 en comparación con 2019, y el incremento en ese período fue superior al de cualquiera de los cinco años anteriores. El total de páginas vistas en todos los idiomas alcanzó los 94,8 millones, lo que supone un aumento del 50 % frente al mismo período el año pasado. Los mayores incrementos se produjeron en español (11 millones), inglés (9 millones) y ruso (6 millones) (véase la fig. V).

Figura V
Interacción (páginas vistas) por idioma, entre febrero y mayo de 2016 a 2020

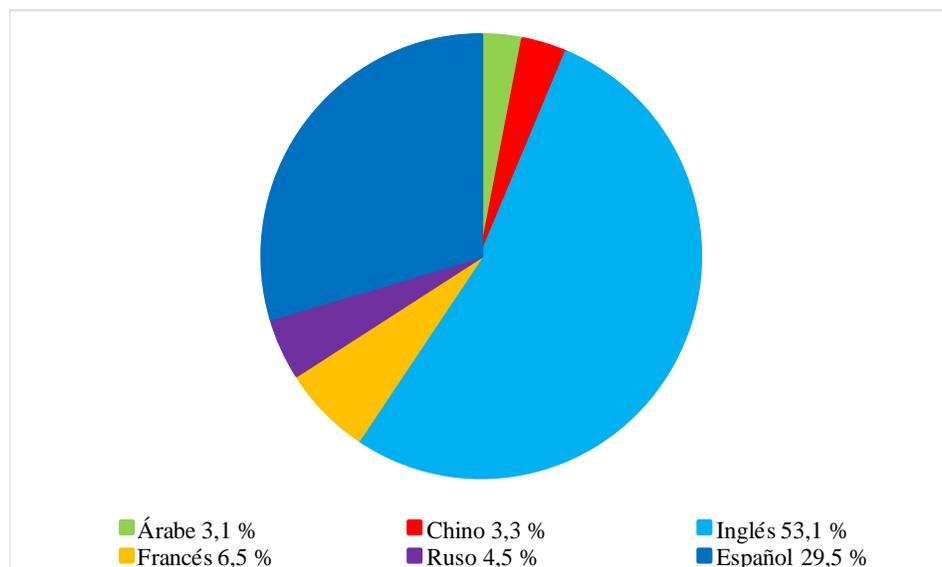


90. Si bien la cuota de audiencia por idioma permaneció en gran medida estable entre 2016 y 2019, el árabe, el español y el ruso aumentaron su cuota total de febrero a mayo de 2020 (véase la fig. VI).

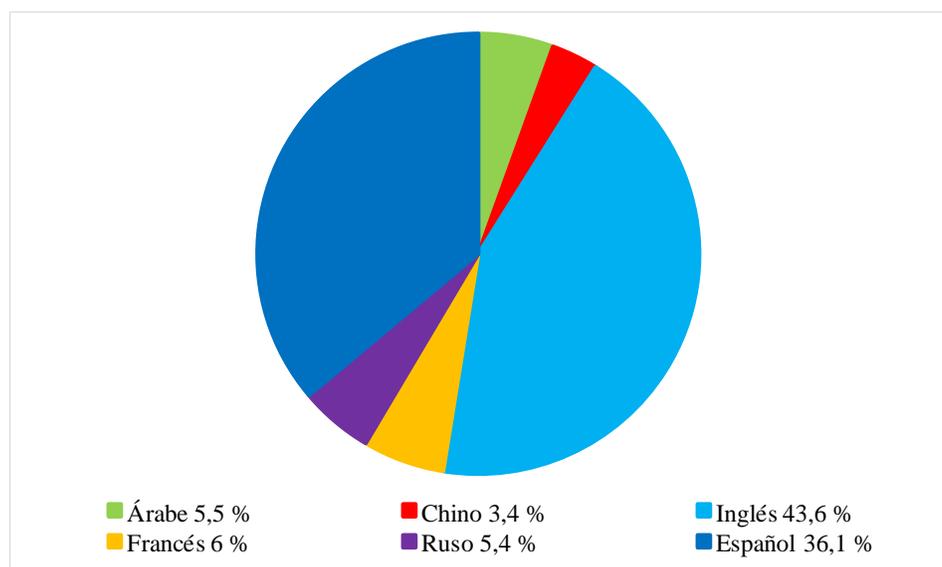
Figura VI

Comparación interanual de la cuota de audiencia por idioma

A. Febrero a mayo de 2019



B. Febrero a mayo de 2020



B. Medios sociales

91. Destacando la respuesta de las Naciones Unidas a la COVID-19, el Departamento reajustó su estrategia en medios sociales en los idiomas oficiales, portugués, suajili e hindi para centrarse principalmente en la crisis. La demanda de información precisa

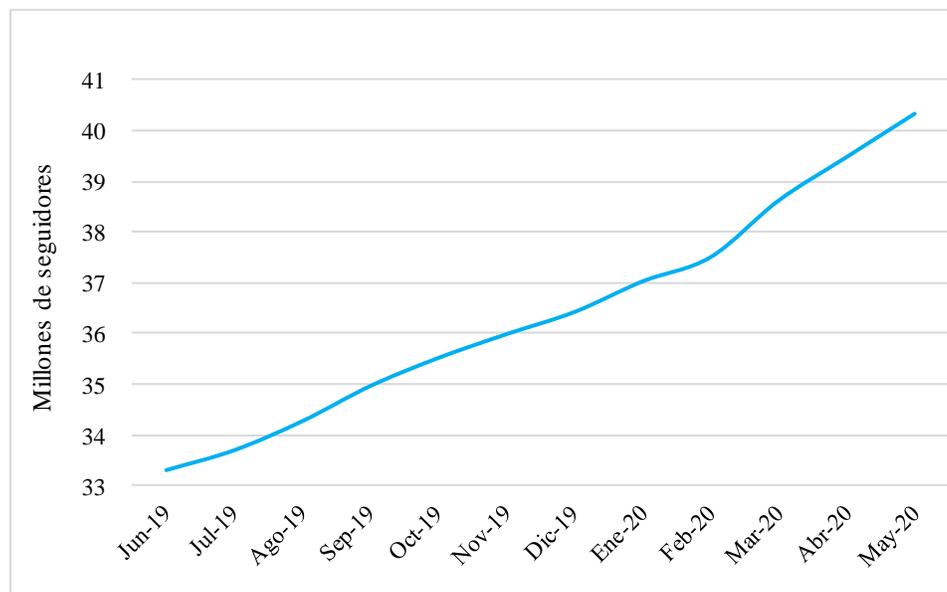
sobre la pandemia quedó demostrada por el importante aumento del alcance de las cuentas institucionales de las Naciones Unidas y las interacciones en ellas.

92. Las audiencias en los medios sociales se incrementaron considerablemente durante el período que abarca el informe (véase la fig. VII). El total de seguidores de la cuenta de las Naciones Unidas en Twitter creció en más de 1,2 millones en los cuatro meses transcurridos hasta el 31 de mayo, con un promedio de interacciones mensuales por publicación que casi se triplicó respecto de los cuatro meses anteriores. La cuenta de Twitter de las Naciones Unidas en árabe alcanzó el hito de 1 millón de seguidores en abril. En la cuenta de Instagram de las Naciones Unidas se registró un aumento del 20 % en el número de seguidores, y en inglés este número se acercó a los 5 millones. La cifra de seguidores de WeChat creció en más de un 45 %, y se añadieron más de 200.000 nuevos seguidores. Las interacciones aumentaron de manera constante en todas las plataformas: en Instagram, múltiples historias registraron más de 100.000 visitas, y los niveles de interacción se mantuvieron altos hasta el último fotograma de los videos.

93. Se puso en marcha la iniciativa Verified a través de las cuentas de las Naciones Unidas en todos los idiomas, y se registraron más de 29.000 interacciones con el vídeo de lanzamiento en la cuenta de la Organización en Twitter. En las tres primeras semanas de la iniciativa, todo el contenido relacionado logró más de 47.000 interacciones en Facebook y 89.000 en Instagram en todos los idiomas. En Facebook, el vídeo de lanzamiento recibió al menos 700.000 visitas.

Figura VII

Aumento del número de seguidores de todas las cuentas institucionales de las Naciones Unidas en medios sociales, junio de 2019 a mayo de 2020



94. En abril, las Naciones Unidas inauguraron una cuenta institucional en la plataforma TikTok, orientada a la juventud. El vídeo de lanzamiento, en el que aparecía el Secretario General participando en el reto Manos Seguras en relación con la COVID-19, obtuvo más de 8,9 millones de visitas.

C. Prensa y servicios de reuniones

95. Durante el período que se examina, la Sección de Información sobre Reuniones publicó 989 comunicados de prensa, con un total de 3.721 páginas en francés e inglés, que cubrieron las actividades del Secretario General, la Asamblea General, el Consejo de Seguridad y el Consejo Económico y Social, así como las reuniones informativas celebradas a diario por el Portavoz del Secretario General.

96. Desde que se suspendieron las reuniones presenciales a raíz de la COVID-19, la Sección de Información sobre Reuniones ha preparado comunicados de prensa sobre las sesiones públicas virtuales del Consejo de Seguridad, las resoluciones aprobadas y las decisiones adoptadas con arreglo al procedimiento de acuerdo tácito por la Asamblea General y resúmenes de las series de sesiones virtuales del periodo de sesiones sustantivo del Consejo Económico y Social.

97. Durante la pandemia, la TV Web de las Naciones Unidas adaptó su flujo de trabajo para seguir cubriendo las sesiones del Consejo de Seguridad y la Asamblea General, las reuniones informativas y otros actos, y distribuirlos a emisoras de todo el mundo. Asimismo, ayudó a grabar y circular videomensajes del Secretario General y otros altos funcionarios de las Naciones Unidas.

98. La Dependencia de Transmisión Web siguió proporcionando cobertura en múltiples plataformas y dispositivos. Durante el período sobre el que se informa, más de 30 millones de personas vieron las emisiones en directo y bajo demanda de las sesiones, las reuniones y los actos de las Naciones Unidas directamente desde el sitio web de la TV Web de las Naciones Unidas, el canal de las Naciones Unidas en YouTube, Facebook y Twitter. El canal de las Naciones Unidas en YouTube consiguió alrededor de 75.000 nuevos suscriptores durante el período que abarca el informe, hasta llegar a un total de 700.000 suscriptores.

99. A consecuencia de la COVID-19, la Dependencia de Transmisión Web puso en marcha un flujo de trabajo a distancia y transmitió en directo sesiones y reuniones virtuales en la TV Web de las Naciones Unidas y en plataformas de medios sociales. El equipo creó una lista especial de reproducción en relación con la COVID-19 compuesta por unos 200 vídeos, en la que se incluían todas las ruedas de prensa de la OMS, así como las exposiciones informativas y los videomensajes del Secretario General y otros eventos conexos.

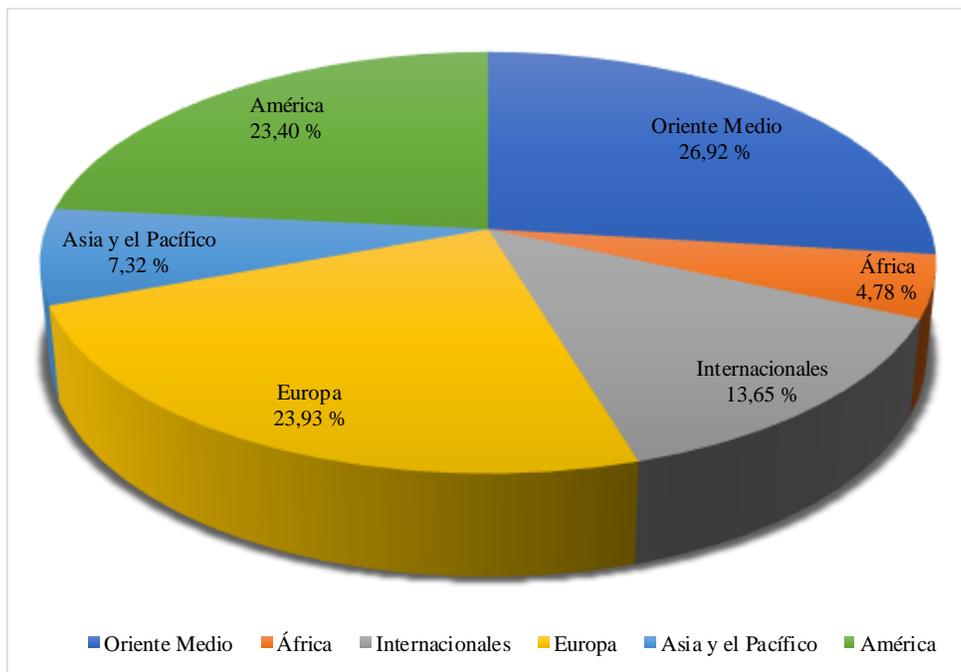
100. La Dependencia de Acreditación y Enlace con los Medios de Información circuló información sobre sesiones, reuniones, actos y exposiciones informativas virtuales a miembros de la prensa, lo que incluyó el envío de unas 100 alertas a los medios de comunicación en el primer semestre de 2020. También distribuyó informes, declaraciones y comunicados de prensa del sistema de las Naciones Unidas y los Estados Miembros. La Dependencia se mantuvo en comunicación permanente con la Asociación de Corresponsales de las Naciones Unidas sobre cuestiones de acceso y condiciones de trabajo, que se vieron afectados por la pandemia.

D. Vídeo, televisión y fotografía

101. UNifeed sigue siendo un componente eficaz de las actividades de divulgación del Departamento para las emisoras, como único punto desde el que se distribuye el material de vídeo de toda la Organización a emisoras de todo el mundo. Los reportajes de UNifeed se emitieron 63.179 veces entre febrero y junio de 2020, lo que supone un aumento del 46 % en comparación con el mismo período de 2019. De media, más de 800 emisoras utilizaron mensualmente el material de UNifeed, y las de la región de Oriente Medio destacaron por su número (véase la fig. VIII). Algunas de las

emisoras internacionales que utilizan materiales de UNifeed son CNN, Al Jazeera y Africanews, que transmite en 33 países subsaharianos.

Figura VIII
Emisoras por región



102. La Sección de Vídeo aumentó su producción de mensajes del Secretario General para las plataformas de medios sociales. Entre los informes de políticas sobre la COVID-19 y los videomensajes relacionados, el más popular fue el llamamiento del Secretario General a un alto el fuego mundial, que registró 1,2 millones de visitas en Twitter, 249.000 en IGTV, 328.000 en Facebook y 122.000 en YouTube.

103. La Sección de Vídeo, en colaboración con el Gobierno de la India y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, preparó un documental sobre la agricultura de carbono cero en la India. Varios representantes de la Sección viajaron a la República Democrática del Congo para poner de relieve la labor de la Oficina de la Representante Especial del Secretario General sobre la Violencia Sexual en los Conflictos y la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos en un documental que se distribuyó a las emisoras asociadas por conducto del programa *La ONU en acción*.

104. La Fototeca de las Naciones Unidas atendió 1.355 solicitudes por parte de medios de comunicación internacionales, editoriales, cineastas, misiones permanentes e instituciones educativas y culturales, así como oficinas de las Naciones Unidas en todo el mundo. Se emplearon fotografías de la colección de las Naciones Unidas para exposiciones, proyectos multimedia en línea, medios sociales, presentaciones y proyectos de investigación en todo el mundo.

105. Durante el período sobre el que se informa, el sitio web del Servicio de Fotografía de las Naciones Unidas registró 1.320.750 páginas vistas y 49.415 descargas directas de fotos de alta resolución. Además, la Fototeca distribuyó más de 55.350 fotografías. Se agregaron leyendas a unas 4.235 fotografías y se mejoraron sus metadatos para aumentar la precisión de los resultados de las búsquedas y facilitar su localización en Internet.

106. La Biblioteca Audiovisual de las Naciones Unidas atendió 2.248 solicitudes de material que se utilizó en la producción de noticias diarias, documentales, productos en línea y programas educativos de una amplia gama de clientes, como oficinas de las Naciones Unidas, misiones diplomáticas, medios de comunicación, instituciones educativas y culturales, y productoras independientes. El sitio web de la Biblioteca Audiovisual registró 242.131 páginas vistas y 30.300 visualizaciones de videos. Se descargaron casi 33.000 archivos audiovisuales del sitio web y se distribuyeron a los clientes. La Biblioteca Audiovisual siguió digitalizando determinados archivos audiovisuales históricos con el apoyo del Gobierno de Omán. Hasta la fecha, el proyecto ha digitalizado aproximadamente el 35 % de la colección histórica de las Naciones Unidas.

E. Asociados

107. El Departamento sigue concediendo licencias para contenido de las Naciones Unidas al sector de los medios de comunicación a fin de ayudar a ampliar el alcance de ese contenido a emisoras tradicionales, editoriales en línea y nuevas plataformas. Durante el período sobre el que se informa, se establecieron nuevos acuerdos de licencia con emisoras de África Oriental y Meridional y los Estados Unidos. Con miras a atraer a nuevas audiencias al contenido en audio de las Naciones Unidas, entre ellos los mensajes del Secretario General y los contenidos de Noticias ONU relacionados con la pandemia, el Departamento concertó acuerdos con las plataformas de audio en línea Spotify, Castbox y SoundCloud.

IX. Conmemoración del 75° aniversario de las Naciones Unidas y Expo 2020

A. Conmemoración del 75° aniversario de las Naciones Unidas

108. Para el 75° aniversario de las Naciones Unidas, la Dependencia del Anuario preparó una publicación conmemorativa titulada *Achieving our Common Humanity: Celebrating Global Cooperation through the United Nations*. El libro invita a unirse a una conversación mundial sobre cómo abordar los desafíos para dar forma a un futuro común de prosperidad compartida y un planeta sano. Además de dar cuenta de las innovaciones decisivas a nivel de políticas mundiales y armonía internacional, *Achieving our Common Humanity* también describe cómo esos cambios han mejorado la vida de personas de todo el mundo, desde la creación de las Naciones Unidas hasta su respuesta a la pandemia.

109. A fin de garantizar la inclusividad en la conversación global, mantenida en el marco del 75° aniversario, sobre el futuro que la gente desea después de 2030, los centros de información de las Naciones Unidas tradujeron la encuesta por el 75° aniversario a 60 idiomas y la difundieron, y organizaron actividades de divulgación para Gobiernos, la sociedad civil, el mundo académico y organizaciones juveniles. El Centro de Información en Harare ayudó a organizar un concierto virtual que se transmitió en directo por Facebook a 40.000 personas, en el cual seis renombrados artistas actuaron para destacar el 75° aniversario, la COVID-19 y otras cuestiones de interés mundial. El Centro de Información en Beirut organizó consultas en línea con jóvenes sobre el 75° aniversario en árabe, francés e inglés, el Centro de Información en Lagos coordinó el diálogo de la Vicesecretaria General con jóvenes sobre el 75° aniversario en los estudios de Channels Television Abuja, y el Centro de Información en Canberra organizó exposiciones informativas virtuales para estudiantes en Australia.

110. La Iniciativa Impacto Académico de las Naciones Unidas organizó una serie de debates en línea en apoyo del 75° aniversario, con más de 1.000 participantes inscritos, en los cuales se examinaron los temas de las lecturas para inspirar sobre el 75° aniversario y la manera en que la enseñanza superior puede contribuir a resolver los problemas más acuciantes del mundo. Los seminarios web se programaron a diferentes horas para facilitar la participación en distintas regiones y se ofrecieron en varios idiomas. Se alentó a los participantes a que rellenaran la encuesta por el 75° aniversario, y se recibieron más de 1.200 encuestas cumplimentadas.

B. Expo 2020

111. A raíz de la pandemia de COVID-19, la Oficina Internacional de Exposiciones demoró un año la Expo 2020, que se celebrará entre el 1 de octubre de 2021 y el 31 de marzo de 2022. La demora permitirá al Departamento ampliar los recursos de comunicaciones existentes seleccionados en todo el sistema de las Naciones Unidas para ofrecer una experiencia más atractiva en la Expo 2020 en Dubái (Emiratos Árabes Unidos).

X. Conclusión

112. La crisis sanitaria mundial causada por la COVID-19 ha destacado notablemente muchos de los desafíos que afronta la comunidad mundial: la desigualdad de género, económica y educativa; la brecha digital; el flagelo de la guerra y la manera en que socava el desarrollo, incluido el acceso a la atención de la salud; la crisis climática cada vez más grave y el modo en que contribuye al aumento y la propagación de las pandemias; y el tsunami de información errónea y desinformación que pone vidas en peligro cuando no deja ver las noticias y los hechos fidedignos. No obstante, la pandemia también ha puesto de relieve logros factibles: una reducción de las emisiones de carbono y la contaminación atmosférica procedentes de fábricas y vehículos, la ayuda mutua y la unión entre vecinos, y el uso de datos e innovaciones tecnológicas para promover soluciones.

113. En un momento en que se conmemoran los 75 años de funcionamiento de las Naciones Unidas, deben tomarse en consideración los logros de la Organización desde que surgió de entre las cenizas de una guerra mundial y también su porvenir. Las amenazas actuales son tan reales y letales como las que se plantearon en 1945, y habrá que adoptar medidas concertadas y multilaterales para seguir construyendo un mundo más pacífico y justo. El Departamento de Comunicación Global continúa evolucionando para hacer frente a esos desafíos utilizando las comunicaciones no solo para informar, sino también para promover e inspirar. Estableciendo contacto con las personas en los idiomas que entienden, a través de medios que les son accesibles y con contenidos que las implican y empoderan, podemos contribuir a crear un mundo en que todas ellas prosperen en paz, dignidad e igualdad en un planeta sano.