



# Asamblea General

Distr. general  
9 de agosto de 2021  
Español  
Original: inglés

---

## Septuagésimo sexto período de sesiones

Tema 58 del programa provisional\*

### Cuestiones relativas a la información

## Cuestiones relativas a la información

### Informe del Secretario General

#### *Resumen*

El presente informe, preparado en cumplimiento de la resolución [75/101 B](#) de la Asamblea General, destaca las actividades del Departamento de Comunicación Global realizadas entre el 1 de febrero y el 30 de junio de 2021. El informe se centra en la respuesta del Departamento ante la pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19) en materia de comunicación estratégica global y sus esfuerzos multidimensionales para combatir la información errónea y fomentar la solidaridad internacional. Además, en el informe se examina de qué forma el Departamento ha prestado apoyo a la agenda de las Naciones Unidas en temas como el desarrollo sostenible, la paz y la seguridad y los derechos humanos. Asimismo, se detalla cómo el Departamento ha seguido comunicándose eficazmente con el mundo para impulsar la adopción de medidas en favor de un cambio positivo para un mundo en el que todos prosperen en paz, dignidad e igualdad en un planeta sano.

---

\* [A/76/150](#).



## I. Introducción

1. En el párrafo 132 de su resolución [75/101 B](#), la Asamblea General solicitó al Secretario General que informara al Comité de Información en su 43<sup>er</sup> período de sesiones y a la Asamblea General en su septuagésimo sexto período de sesiones acerca de las actividades del Departamento de Comunicación Global y de la aplicación de todas las recomendaciones y solicitudes que figuran en dicha resolución. En consecuencia, el Departamento presentó tres informes ([A/AC.198/2021/2](#), [A/AC.198/2021/3](#) y [A/AC.198/2021/4](#)) para que el Comité los examinara en su 43<sup>er</sup> período de sesiones, que se celebró del 27 de abril al 18 de mayo de 2021.

2. En este documento se actualiza la información proporcionada en dichos informes, incluidos los resúmenes de las actividades emprendidas por el Departamento entre el 1 de febrero y el 30 de junio de 2021 mediante sus tres subprogramas: servicios de comunicaciones estratégicas, servicios de noticias y servicios de divulgación y difusión de conocimientos.

3. El Departamento sigue dando prioridad al multilingüismo como piedra angular de su trabajo, desde la producción de contenidos hasta las campañas y la divulgación, y recurre a formas creativas de hacer llegar su mensaje al mayor número posible de personas, interactuando con ellas y alentándolas a la acción a través de historias impactantes y con atención a las soluciones. La participación de los jóvenes, en particular en lo que respecta a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la adopción de medidas en relación con el clima, sigue siendo uno de los principales objetivos de esas iniciativas. A fin de hacer llegar su mensaje a un público a escala mundial, independientemente de su situación respecto de la brecha digital, el Departamento sigue invirtiendo en plataformas digitales y medios de comunicación tradicionales.

## II. Estrategias de comunicación global de las Naciones Unidas

4. La estrategia de comunicación global de las Naciones Unidas emplea un enfoque centrado en el público a fin de exponer las cuestiones y preguntarse por qué la gente debería interesarse en ellos y qué se puede hacer para cambiar las cosas. Con este enfoque la Organización pasa a proponer soluciones en vez de ser mera agorera de calamidades. La estrategia 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.

5. La estrategia de comunicación global incluye sugerencias de tácticas para la comunicación relativa a esos temas globales y temáticos y los pasos a seguir para crear campañas de comunicaciones estratégicas, en un marco de seguimiento y evaluación al respecto. En 2021, la prioridad de las comunicaciones de las Naciones Unidas ha sido la respuesta y la recuperación ante la pandemia de coronavirus (COVID-19). Ahora que el mundo se ha puesto en marcha, aunque aún de forma desigual, para reconstruir a efectos de mejorar, el Departamento también ha querido poner de manifiesto el multilateralismo en el trabajo y el papel de liderazgo de las Naciones Unidas en la movilización por el planeta, combatiendo la desigualdad y defendiendo la inclusión, y haciendo efectiva la igualdad de género. Por su parte, el Departamento ha seguido prestando apoyo a la agenda de las Naciones Unidas en temas como el desarrollo sostenible, la paz y la seguridad y los derechos humanos.

6. En junio de 2021, en el marco de la puesta en marcha y la defensa de la estrategia de comunicación global en toda la Organización, el Departamento puso a disposición de su personal e hizo llegar al Grupo de Comunicaciones de las Naciones Unidas un documento titulado guía y modelo de estrategia de comunicaciones de las Naciones Unidas, diseñado para estructurar las comunicaciones de las Naciones

Unidas a todos los niveles, desde el mundial hasta el nacional, así como las campañas sobre temas específicos. La guía y modelo de la estrategia de comunicación tiene por objeto dar mayor coherencia y uniformidad a las comunicaciones de las Naciones Unidas en diferentes contextos, para lograr así el máximo impacto en los temas que expone la Organización.

### **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**

7. La campaña Verified, que fue puesta en marcha por el Departamento en mayo de 2020 en asociación con Purpose, una importante organización de movilización social, forma parte de la iniciativa de comunicación sobre la COVID-19 de las Naciones Unidas, diseñada para combatir la información errónea en torno al virus. La campaña 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. Verified invita a las personas de todo el mundo a ayudar a contrarrestar la información errónea, entre otras cosas mediante campañas mundiales y locales específicas e inscribiéndose como “voluntarios de la información”, que reciben a diario un correo electrónico con contenido de las Naciones Unidas sobre la pandemia para que lo difundan en sus redes personales.

8. Durante el período que abarca el informe, la campaña Verified siguió contrarrestando la información errónea relativa a la COVID-19 y promoviendo la cooperación y la solidaridad internacionales. El 30 de junio, el Departamento puso en marcha una nueva fase de la iniciativa “Párate” de la campaña Verified, que finalizará en la Semana Mundial de la Alfabetización Mediática e Informacional, del 24 al 31 de octubre de 2021. La campaña se centra en hacer que la gente se detenga antes de compartir contenidos en línea, y en fomentar la educación y la concienciación sobre cómo hacer una pausa, por qué es importante hacerlo y cómo detener la desinformación. La puesta en marcha de la última iniciativa “Párate” recibió un firme apoyo de los Estados Miembros y de un conjunto de asociados.

9. La iniciativa #OnlyTogether, de Verified, que se puso en marcha el 11 de marzo, destacó que solo trabajando juntos podrán los países y los pueblos del mundo superar la crisis. Cerca de 100 Estados Miembros estuvieron representados en la publicación o reenvío de los materiales de la iniciativa, entre ellos Jefes de Estado y de Gobierno, así como destacadas personalidades.

10. Los centros de información de las Naciones Unidas han cumplido un papel fundamental en la campaña Verified, ya que han aportado información acerca de acontecimientos locales y regionales —especialmente las tendencias en materia de información errónea— y han contribuido a forjar la estrategia y el contenido de la campaña. Durante el período objeto de estudio se hizo hincapié en la iniciativa #OnlyTogether y en la promoción de la equidad en el acceso a las vacunas, al tiempo que se reiteró la importancia de las medidas preventivas. También se difundieron mensajes para salvar vidas en los canales de las redes sociales y en los sitios web de los equipos de las Naciones Unidas en los países y de sus asociados.

11. Al colaborar con más de 70 artistas, músicos, actores e influyentes de habla portuguesa, el Centro de Información de las Naciones Unidas en Río de Janeiro hizo llegar su mensaje a 95 millones de personas. El Centro de Información de El Cairo

colaboró con medios de comunicación, como Radio Masr y la televisión Al-Araby, junto con destacados científicos e investigadores locales que sumaron sus voces a la campaña. Con el apoyo para la traducción prestado por el Centro Regional de Información de las Naciones Unidas para Europa Occidental en Bruselas, el Servicio de Información de las Naciones Unidas en Ginebra y los Centros de Información de las Naciones Unidas en Asunción, Buenos Aires, Praga y Varsovia, los espacios publicitarios a gran escala en Europa y las Américas presentaron mensajes de esperanza de #OnlyTogether, al tiempo que promovían medidas sanitarias de vital importancia. El Centro de Información de La Paz apoyó la iniciativa a través de la campaña nacional en medios sociales #DosisdeEsperanza, mientras que el Centro de Información de Ciudad de México lanzó una serie de Infodemia junto con el Canal Catorce del Sistema Público de Radiodifusión de México y la agencia nacional de noticias de la Argentina.

## **B. Coordinación de las comunicaciones en tiempos de crisis**

12. Durante el período que se examina, el Departamento siguió convocando y copresidiendo una reunión semanal del Grupo de Comunicaciones de las Naciones Unidas para coordinar las labores de comunicación del sistema de las Naciones Unidas sobre la respuesta ante la COVID-19. El Grupo, formado por departamentos, organismos especializados, fondos y programas de las Naciones Unidas, así como por comisiones regionales, debatió las cuestiones más urgentes relacionadas con la COVID-19; envió diariamente 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.

## **C. Centros de información de las Naciones Unidas**

13. Como parte de la respuesta de la Organización a la pandemia de COVID-19, el Departamento ha trabajado a través de su red de 59 centros de información de las Naciones Unidas para reforzar su capacidad de comunicación sobre el terreno, celebrando regularmente webinarios quincenales con el personal de comunicación sobre el terreno de todo el sistema de las Naciones Unidas. Las sesiones incluyeron sesiones informativas a cargo de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y otros organismos a fin de intercambiar experiencias y mejores prácticas en materia de comunicación en tiempos de crisis, junto con los mensajes en torno a la distribución de las vacunas.

14. Para afianzar la base de conocimientos en los centros de información de las Naciones Unidas y en las oficinas de los coordinadores residentes, el Departamento organizó webinarios sobre los medios sociales, evaluación de impacto, escritura creativa y edición de textos. El aumento de la colaboración a través de plataformas de comunicación y tecnología de mensajería reforzó la creación de redes entre la Sede de las Naciones Unidas y las oficinas sobre el terreno, así como entre estas últimas.

15. En estrecha colaboración con las oficinas de los coordinadores residentes, así como con el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y la OMS, los centros de información de las Naciones Unidas prestaron apoyo en materia de comunicación para la distribución de las vacunas COVID-19 en el marco de la iniciativa para el acceso mundial a las vacunas contra la COVID-19 (Mecanismo COVAX) mediante la difusión de comunicados de prensa, el seguimiento de los medios de comunicación y la promoción de los envíos de COVAX entre los medios de comunicación locales y en sus propios sitios web y plataformas de medios sociales,

junto con el envío de aportaciones conexas para la sesión informativa diaria de la Oficina del Portavoz del Secretario General.

16. Los centros de información de las Naciones Unidas también prestaron apoyo a las oficinas de los coordinadores residentes y a los equipos de las Naciones Unidas en los países mediante la preparación de informes de situación, la promoción de las directrices de la OMS, la difusión y localización de la información del sistema de las Naciones Unidas, la realización de campañas de divulgación, la respuesta a las consultas de los medios de comunicación y la lucha contra la información errónea. Por ejemplo, el Centro de Información de las Naciones Unidas y la Oficina del Coordinador Residente en Nueva Delhi, que pusieron en marcha, con la contribución de otros organismos de las Naciones Unidas, la campaña de medios sociales #UNWithIndia en inglés e hindi para destacar el apoyo de las Naciones Unidas a la India durante la segunda oleada de COVID-19, llegó a más de 8 millones de personas en las plataformas digitales, además de a millones más a través de entrevistas en los medios de comunicación locales y reportajes.

#### **D. Noticias y medios**

17. Disponible en los seis idiomas oficiales, el portal web de información consolidada y práctica sobre la respuesta de las Naciones Unidas ante la pandemia presenta informes, declaraciones y documentos de políticas del Secretario General; sirve de plataforma para la promoción de campañas; y tiene una sección especial con información para los Estados Miembros. Durante el período que abarca el informe, el portal se actualizó periódicamente con la información más reciente, noticias, artículos, vídeos, discursos, cobertura de eventos y documentos relacionados, y se amplió de forma de incluir una nueva sección sobre vacunación para el personal de las Naciones Unidas.

18. En el portal se publicaron más de 85 historias de interés humano producidas por los centros de información de las Naciones Unidas y las oficinas de los coordinadores residentes, en las que aparecían héroes locales y trabajadores de primera línea de las Naciones Unidas.

#### **E. Promoción del desarrollo sostenible**

19. Durante el período que se examina, el impacto de la pandemia de COVID-19 siguió dominando las comunicaciones referentes a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. El Departamento apoyó y promovió la publicación de varios informes clave que ponen de relieve las trayectorias de recuperación sumamente dispares entre los países desarrollados y los países en desarrollo, especialmente los países menos adelantados.

20. La versión actualizada de “World economic situation and prospects as of mid-2021”, que mostraba que el aumento de las infecciones por COVID-19 y los insuficientes progresos realizados en materia de vacunación en muchos países ponían en peligro el logro de una recuperación económica mundial amplia, fue mencionada en más de 1.000 artículos en 50 países, incluso a través de servicios de noticias como la Agencia Efe, Associated Press, Reuters y la Agencia de Noticias Xinhua. En el informe social mundial de 2021 (*World Social Report 2021: Reconsidering Rural Development*), en que se destacó la mejora de la conectividad, y no la migración urbana, como la mejor manera de apoyar a la población de las zonas rurales, fue objeto de una amplia cobertura mediática, entre otros de Antara News, Caribbean News Now, The Global Herald, Modern Diplomacy, Saudi Gazette, South Asia Monitor, Stabroek News y The Times of Africa. Entre los miembros del Pacto de Medios en pro de los

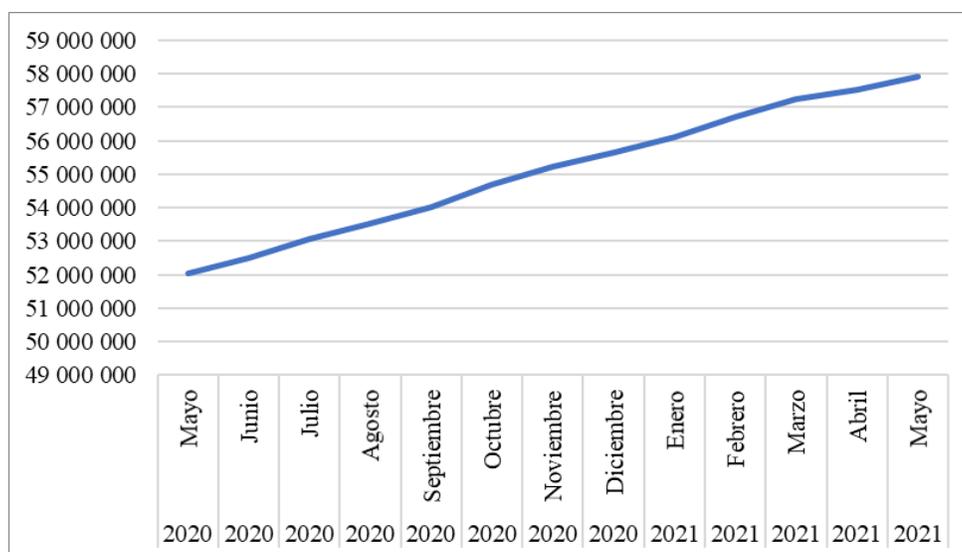
Objetivos de Desarrollo Sostenible que también hicieron una reseña del informe cabe mencionar a Ekoiq, Legit.ng, Scoop News y Sputnik News. El Informe sobre la Financiación para el Desarrollo Sostenible 2021, junto con el foro de 2021 del Consejo Económico y Social sobre el seguimiento de la financiación para el desarrollo y la sesión informativa para los medios de comunicación de la Presidencia del Consejo Económico y Social sobre los desafíos y las medidas para prevenir la corrupción y luchar contra ella y reforzar la cooperación internacional, fueron objeto de una amplia cobertura en los informes de ABC News, Agence France-Presse, Associated Press, Bloomberg, Jerusalem Post, Reuters, United Press International y Xinhua News Agency, entre otros.

## F. Medios sociales

21. La Sección de Medios Sociales del Departamento, que gestiona cuentas de 57 millones de seguidores, creó y presentó contenidos optimizados para los medios sociales a fin de combatir la COVID-19 y la información errónea sobre las vacunas en todos los idiomas oficiales, así como en hindi, kiswahili y portugués. Por medio de la mensajería de textos se abordó especialmente la necesidad de una solidaridad global y de recuperarse mejor. Las asociaciones con plataformas de medios sociales, como Facebook, LinkedIn, TikTok y Twitter, pusieron de manifiesto la pertinencia de la Organización ante los retos mundiales y brindaron un amplio apoyo a las iniciativas de las Naciones Unidas para hacer frente a la información errónea gracias al aumento del alcance y la participación de los usuarios de los medios sociales en todo el mundo (véase la figura I). El Departamento también colaboró con entidades del sistema de las Naciones Unidas para ayudar a mejorar y garantizar la aplicación de las políticas de las principales plataformas de medios sociales, especialmente en relación con la información errónea sobre vacunas.

Figura I

**Aumento del número de seguidores de todas las cuentas institucionales de las Naciones Unidas en medios sociales, mayo de 2020 a mayo de 2021**



## **G. Mensajeros de la Paz**

22. El Departamento siguió contando con el apoyo de los Mensajeros de la Paz, los Embajadores de Buena Voluntad y otros defensores de las Naciones Unidas e influyentes que dieron mayor difusión a los mensajes de todo el sistema de las Naciones Unidas, especialmente en lo que respecta a la COVID-19 y a la acción climática. Ello incluyó la campaña #OnlyTogether en marzo y una campaña para el Día Internacional del Deporte para el Desarrollo y la Paz (6 de abril) que destacó las contribuciones del deporte y la actividad física a fin de reconstruir para mejorar.

## **H. Iniciativa Impacto Académico de las Naciones Unidas**

23. A través de la iniciativa Impacto Académico de las Naciones Unidas, el Departamento mantuvo diálogos con educadores, investigadores y estudiantes de todo el mundo para debatir el papel de la cooperación académica a la hora de abordar cuestiones de interés mundial, con la participación de más de 4.000 personas de más de 60 países, incluido un webinar que puso de relieve los retos actuales y las nuevas perspectivas de la diplomacia multilateral en el contexto de la COVID-19.

## **I. Servicios de visitantes**

24. En Ginebra, Nairobi, Nueva York y Viena, los servicios de visitantes siguieron ofreciendo una serie de programas virtuales a un público mundial. En todos los lugares de destino se destacó la respuesta de las Naciones Unidas ante la pandemia de COVID-19 y se alentó a los visitantes virtuales a que se unieran a la campaña Verified. Más de 8.000 personas participaron en al menos una sesión virtual dirigida por el Servicio de Visitantes en Nueva York, entre ellas el Inter Campus (la rama educativa del club de fútbol Inter de Milán), los grupos internacionales del Modelo de Naciones Unidas, la Escuela de Jóvenes Líderes de Riga y WeCare China 2021, así como escuelas de Bolivia, el Pakistán y la República de Corea. En los programas virtuales de Nairobi y Viena participaron varios cientos de personas y cerca de 3.000 visitantes, respectivamente. En Ginebra siguieron las visitas presenciales para dignatarios de alto nivel y las visitas protocolarias, aunque también se elaboró una programación virtual. En Nueva York, el Servicio de Visitantes también creó visitas virtuales temáticas sobre la historia, arte y cultura negras, la arquitectura de las Naciones Unidas, las mujeres y Asia y el Pacífico. En respuesta a los desafíos que plantea la enseñanza en el hogar y el aprendizaje virtual, el Servicio también ofreció webinars para educadores centrados en la paz y la seguridad, los derechos humanos y el desarrollo sostenible.

## **J. Ventas y comercialización**

25. Durante el período que abarca el informe, Publicaciones de las Naciones Unidas siguió mostrando en su sitio web (shop.un.org) y en la iLibrary de las Naciones Unidas material de la Secretaría de las Naciones Unidas y de los organismos, fondos, programas, institutos y entidades de las Naciones Unidas sobre diversos temas relacionados con la pandemia de COVID-19.

## **K. Exposiciones**

26. El Departamento siguió centrándose en la producción de exposiciones en línea en relación con las celebraciones de las Naciones Unidas. Las siete exposiciones

presentadas entre febrero y junio de 2021 sobre temas como los derechos humanos durante la pandemia de COVID-19, los pueblos indígenas y la contaminación por plásticos recibieron más de 45.000 visitas.

## L. Sociedad civil

27. El Departamento siguió fomentando la participación de las partes interesadas de la sociedad civil a través de eventos virtuales que dieron mayor realce a los temas, campañas y mensajes clave de las Naciones Unidas, incluidos dos eventos virtuales sobre la COVID-19, la equidad de las vacunas y las lecciones aprendidas, que llegaron a un total de más de 6.000 espectadores. En general, la participación en los medios sociales y el alcance de la Dependencia de la Sociedad Civil aumentaron un 30 % en todas las plataformas (Facebook, Instagram y Twitter).

## M. Crónica ONU

28. De los 27 artículos publicados por la *Crónica ONU* durante el período que se examina, aproximadamente una tercera parte se refería a la pandemia de COVID-19. La *Crónica ONU* también publicó un reportaje fotográfico del fotógrafo Nicholas Vreeland que describe la vida en el pueblo de Mundgod (India) durante los primeros días de la pandemia.

## N. Biblioteca Dag Hammarskjöld

29. La Biblioteca Dag Hammarskjöld siguió respaldando la labor de las Naciones Unidas dirigida a contrarrestar la información errónea sobre la COVID-19. En tres sesiones virtuales de información celebradas durante el período que abarca el informe, a las que asistieron más de 400 participantes —entre ellos delegados, bibliotecarios depositarios de las Naciones Unidas y personal de las bibliotecas de la Secretaría de las Naciones Unidas—, los expertos en información debatieron el papel de las bibliotecas para contrarrestar la información errónea.

## IV. Multilingüismo

### A. Centros de información de las Naciones Unidas

30. La red mundial de centros de información de las Naciones Unidas trabaja a diario en árabe, español, francés, inglés y ruso, así como en otros 125 idiomas<sup>1</sup>. Llegar al público en su propia lengua es un aspecto fundamental del trabajo de los centros de información, ya que crean contenidos en los medios de comunicación tradicionales y

<sup>1</sup> Afrikaans, akuapem twi, alemán, armenio, asante twi, awá, azerí, bafut, bambara, bangwa, barí, basaa, bamba, bengalí, bhojpuri, bielorruso, birmano, chakma, checheno, checo, cingalés, dagaare, dagbani, danés, dangbe, dioula, emberá, eslovaco, esloveno, ewe, ewondo, fante, filipino, finlandés, frisón, fulfulde, ga, georgiano, gonja, griego, guahibo, guaraní, gujarati, gulmacema, hausa, hiligainón, hindi, hitnü, húngaro, idoma, igbo, ijaw, ika, indonesio, inga, inglés islandés, italiano, japonés, kanuri, kaondé, kazajo, kikuyu, kituba, korewahe, lenje, lingala, lozi, lunda, luvale, maithili, malgache, maratí, mari, misak, moore, muyscubun, nasa yuew, ndebele, neerlandés, nepalí, newar, noruego, nyanja/chinyanja, nzima, pede, pidgin, persa, polaco, portugués, quechua, sáliba, sepedi, sesotho, setswana, shona, shupamum, sikuani, sinhala, siswati, suajili, sueco, tamang, tamazight, tamil, telugu, tharu, ticuna, tiv, tonga, tsonga, turco, twi, ucraniano, urdu, uzbeko, venda, wayuunaiki, wolof, xhosa, yakuto, yoruba, yukpa, zenú y zulú.

sociales y realizan entrevistas en la radio y la televisión, debates televisados y ruedas de prensa en esos idiomas, además del braille y las lenguas de signos nepalí e hindi.

31. Los centros de información de las Naciones Unidas desempeñan un papel fundamental en la traducción y adaptación de los mensajes y campañas mundiales. Este contenido multilingüe se comparte digitalmente a través de sitios web y plataformas de medios sociales; 35 de los 58 sitios web de los centros de información publican contenido en idiomas locales y en otros 24 idiomas utilizados localmente a través de varias plataformas de medios sociales como Aparat, Flickr, Flipboard, LinkedIn, Livestream, Periscope, Pinterest, SlideShare, Snapchat, Telegram, TikTok, Tumblr, Vimeo, Vine y VK.

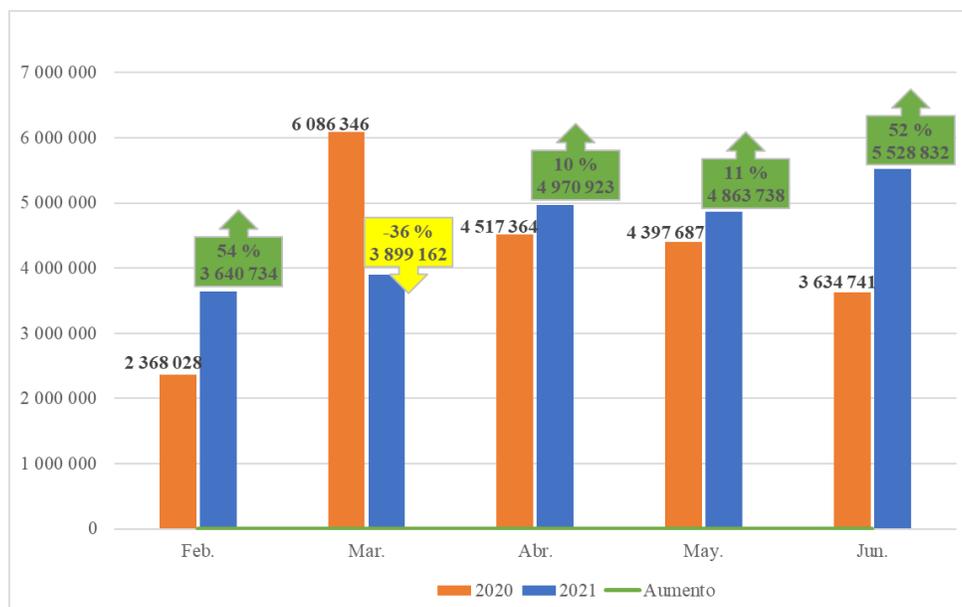
32. Durante el período que se examina, la red de centros de información reforzó la cooperación con otras entidades del sistema de las Naciones Unidas a nivel nacional para aumentar el impacto y la coherencia de sus comunicaciones. A fin de promover las prioridades de las Naciones Unidas ante los medios de comunicación y el público en general, la red colaboró con los Grupos de Comunicación de las Naciones Unidas presididos o apoyados por los centros en sus respectivos países o regiones. Aunque proporcionan orientación y apoyo en todo el sistema de coordinadores residentes, los centros prestaron un apoyo más directo en los 44 países en los que se han integrado con las oficinas de los coordinadores residentes.

33. Para hacer llegar su mensaje a un público más amplio, los centros de información de las Naciones Unidas también se han asociado con organizaciones externas y con influyentes. Por ejemplo, el Centro de Información de las Naciones Unidas en Beirut se unió a la cantante de origen libanes Tania Kassis para lanzar una canción grabada por la Orquesta Filarmónica de Kiev, titulada “Land for all”, que promueve los valores humanitarios consistentes en combatir la violencia y la guerra, erradicar la pobreza y ayudar a los más vulnerables.

## **B. Noticias y reportajes multimedia y multilingües**

34. En momentos en que el mundo afrontaba la pandemia de COVID-19, las Noticias ONU multilingües del Departamento sirvieron de ventanilla única para tener acceso a información oportuna, veraz y útil. El aumento del número de usuarios desde el inicio de la pandemia se mantuvo en 2021, lo que demuestra que Noticias ONU es una fuente de información precisa y fidedigna (véase la figura II). El número de páginas vistas (véase el desglose por idiomas en la figura III) también ha seguido creciendo, incluso por encima de las elevadas cifras registradas al principio de la pandemia: durante el período que abarca el informe hubo unos 30 millones de visualizaciones, frente a los 27 millones del mismo período del año anterior. Noticias ONU también ha despertado el interés del público joven, a saber, la franja demográfica de 18 a 24 años.

Figura II  
**Aumento del número de usuarios de Noticias ONU, febrero a junio de 2020 y febrero a junio de 2021**



35. El contenido de Noticias ONU en árabe siguió recibiendo una amplia cobertura de los medios de comunicación regionales, mientras que su alcance en Twitter registró un aumento del 100 % entre febrero y marzo de 2021. Entre los reportajes realizados cabe mencionar una entrevista multimedia a un epidemiólogo de la OMS sobre vacunas, variantes y viajes en condiciones de seguridad, y un reportaje especial multimedia acerca de la Jefa del Sector de Asuntos Sociales de la Liga de Estados Árabes producido en ocasión del lanzamiento de la Red de Mediadoras Árabes. Hubo asimismo un reportaje acerca de Abla El Sebaei, científica libanesa, profesora de epidemiología en la Universidad Americana de Beirut y galardonada con el premio L'Oréal-UNESCO para las Mujeres en la Ciencia, que fue retuiteado por la influyente cantante libanesa Elissa.

36. Noticias ONU en chino sigue centrándose en reportajes y entrevistas de impacto acerca de temas de fundamental importancia para las Naciones Unidas. De cara a la Conferencia de las Partes del Convenio sobre la Diversidad Biológica de octubre de 2021, la Dependencia de Chino produjo una serie sobre acción climática que generó el interés de la audiencia en todas las plataformas. La entrevista de Noticias ONU en chino a Yan Ning, bióloga de la Universidad de Princeton, acerca del acceso y la participación de las mujeres y las niñas en la ciencia, con motivo del Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia (11 de febrero), atrajo a más de 2 millones de lectores en la cuenta de Weibo que mantiene la Dependencia.

37. Noticias ONU en inglés destacó las formas en que el sistema de las Naciones Unidas ha ayudado a las comunidades a superar los estragos de la COVID-19. A través de su serie de blogs “Coordinador Residente de las Naciones Unidas” y la serie “First Person”, Noticias ONU en inglés mostró la eficacia de las asociaciones para brindar soluciones a las crisis provocadas por la pandemia. La colaboración con los centros de información de las Naciones Unidas y los equipos de los países incluyó además un podcast sobre el empoderamiento del género en el Pacífico Sur: “Island Voices”, y otro con supervivientes del Holocausto: “In Their Words: Surviving the Holocaust. Finding Hope”. Durante la mayor parte del período que abarca el informe

se registraron más de 70.000 visitas diarias, un 115 % más que la cifra anterior a la pandemia.

38. Noticias ONU en francés mantuvo una importante audiencia, con 1,70 millones de páginas vistas durante el período que abarca el informe, en comparación con 1,71 millones de visualizaciones correspondientes al mismo período en 2020. Los artículos más leídos fueron relativos a asuntos de salud y clima. Uno de los más leídos fue la cobertura de las directrices de la OMS sobre las vacunas. Noticias ONU en los medios sociales franceses siguió captando el interés del público y de los influyentes, como funcionarios gubernamentales, diplomáticos y periodistas. Para hacer llegar su mensaje a nuevos públicos francófonos en África, el equipo reforzó la colaboración con los centros de información de las Naciones Unidas, trabajando con los centros de Benín, Madagascar y Senegal para cubrir el despliegue de la iniciativa COVAX.

39. Coincidiendo con la incorporación en Noticias ONU en hindi de asociados en los medios de comunicación, las páginas vistas registraron un aumento del 27 %, mientras que el número de usuarios aumentó un 49 % en comparación con el mismo período del año anterior. La adquisición de usuarios a través de la búsqueda en línea se incrementó en un 87 %. La Dependencia de Hindi produjo artículos explicativos sobre la iniciativa COVAX y los retos que plantea la campaña de vacunación, así como contenidos multimedia sobre el cambio climático, incluido un reportaje sobre la lucha contra el despilfarro de agua en el sector de la moda.

40. Noticias en kiswahili siguió adaptando sus contenidos a las audiencias y plataformas de la región de África Oriental, compartiendo sus reportajes y su programa diario de noticias por televisión con los medios de comunicación regionales asociados y publicando contenidos en su canal de YouTube. La Dependencia incorporó a 14 asociados de radioemisoras tradicionales, emisoras de televisión generalistas y emisoras en línea, incluida Hooza Media en Rwanda. La Dependencia de Kiswahili también lanzó una versión de sus programas radiofónicos adaptada a los teléfonos móviles para su acceso en Burundi, Rwanda y la República Unida de Tanzania. Gracias a los asociados que retransmiten sus contenidos, los programas informativos diarios de Noticias ONU en kiswahili llegaron a millones de personas —hasta el 60 % de la audiencia— en África Oriental y Meridional.

41. Noticias ONU en portugués marcó un récord de 1,9 millones de páginas vistas y más de 940.000 usuarios únicos en el período que abarca el informe, lo que supone un aumento del 25 % respecto al mismo período del año anterior. Su entrevista con el Asesor Especial del Secretario General sobre África apareció en la portada del importante periódico angolés *O País*, en *Exame* de Mozambique y en Radio France Internationale. Por medio de la cooperación con los equipos de las Naciones Unidas en los países y las misiones de mantenimiento de la paz, la Dependencia de Portugués produjo un flujo constante de material sobre el terreno. En un informe especial para el Día Internacional de la Mujer en marzo se entrevistó a ministras de salud y trabajadoras sanitarias de Angola, Brasil, Guinea-Bissau, Mozambique, Portugal y Timor-Leste que trabajan en la lucha contra la COVID-19.

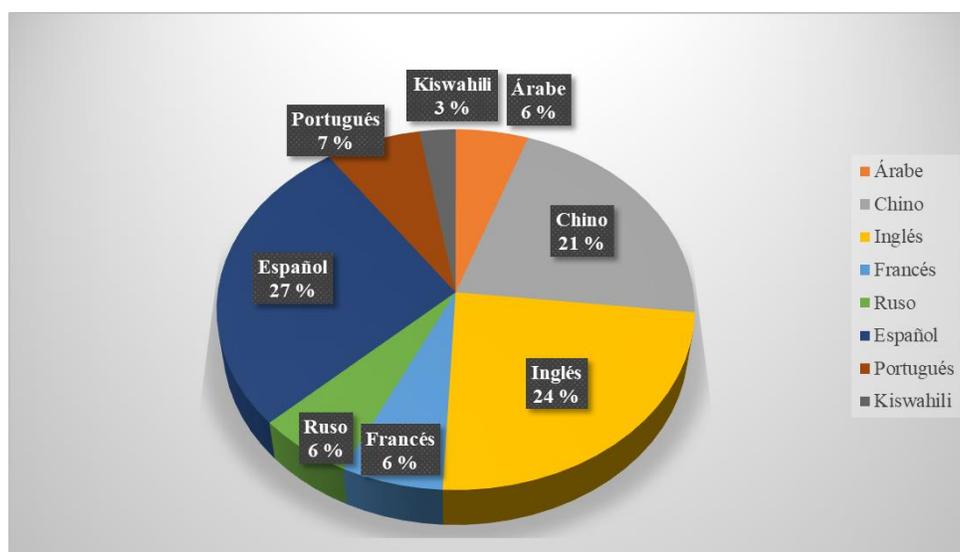
42. Noticias ONU en ruso registró un aumento de más del 150 % tanto en el número de visitas a páginas como en usuarios durante el período que abarca el presente informe, en comparación con el mismo período de tiempo en 2020. Su cobertura de la ciencia y sus mensajes de solidaridad ayudaron a hacer frente al tema de la información errónea que circula en los medios de comunicación en lengua rusa, incluso en los medios sociales, en Europa Oriental y en Asia Central. Para poner de relieve el empoderamiento de las mujeres, Noticias ONU en ruso entrevistó a mujeres de las fuerzas de paz de Rusia y Ucrania, así como a activistas célebres, como a la embajadora de buena voluntad del Fondo de Población de las Naciones Unidas, la

modelo Natalia Vodyanova, y a la embajadora de buena voluntad de la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, la cantante Manizha.

43. Durante el período que se examina, Noticias ONU en español registró 7,37 millones de páginas vistas y 4,5 millones de usuarios, lo que supone un marcado aumento del 504 % respecto a antes de la pandemia. La Dependencia de Español tuiteó regularmente en directo las conferencias de prensa de la OMS y de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), y esos mensajes fueron retuiteados con frecuencia por médicos, otros medios de comunicación y personas influyentes. En colaboración con los centros de información de las Naciones Unidas en América Latina, Noticias ONU en español presentó reportajes con personajes locales y experiencias sobre el terreno.

Figura III

**Páginas vistas de Noticias ONU por idioma, febrero a junio de 2021**



### C. Crónica ONU

44. La *Crónica ONU* publicó aproximadamente una tercera parte de sus 68 artículos de 2020 en los seis idiomas oficiales y todos los 27 artículos de 2021 que se han publicado en el período que se examina en chino e inglés. Actualmente se están traduciendo dichos artículos a los otros cuatro idiomas oficiales.

## V. Participación de la juventud

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

45. La Oficina de la Enviada del Secretario General para la Juventud, auspiciada por el Departamento, siguió fomentando la participación de los jóvenes y abogando, tanto dentro como fuera del sistema de las Naciones Unidas, por su participación en los procesos e iniciativas de las Naciones Unidas, así como por su lugar en las prioridades esbozadas en la Estrategia de las Naciones Unidas para la Juventud, como la salud mental, el cambio climático y la prevención del extremismo violento.

46. Además de prestar apoyo a las campañas Verified y ActNow, la Oficina puso en marcha una serie de campañas durante el período que abarca el informe. Entre ellas,

el apoyo al proceso de selección de los 400 jóvenes delegados para el evento “Youth4Climate: Driving Ambition”, organizado por el Gobierno de Italia y que se celebrará en septiembre de 2021, con anterioridad a la vigésimo sexta sesión de la Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, en noviembre de 2021; puesta en marcha de la campaña “Futuro sin miedo”, en colaboración con la campaña “Libres e iguales” de las Naciones Unidas, con motivo del Día Internacional contra la Homofobia, la Transfobia y la Bifobia, a fin de destacar el liderazgo de los jóvenes lesbianas, gais, bisexuales, transexuales e intersexuales (LGBTQI+) de todo el mundo; lanzamiento de una campaña mundial con la Red Internacional de Jóvenes Constructores de Paz para dar mayor espacio a los testimonios de los jóvenes incluidos en el primer informe mundial sobre la protección de los jóvenes en el espacio cívico; puesta en práctica de las directrices del Comité Permanente entre Organismos conocidas como *Con nosotros y para nosotros: trabajar con y para los jóvenes en las crisis humanitarias y prolongadas*; y lanzamiento, junto con la Unión Interparlamentaria, de un llamado a la acción sobre la participación política de las mujeres jóvenes.

47. El décimo aniversario del Foro de la Juventud del Consejo Económico y Social —organizado por el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales y la Oficina de la Enviada del Secretario General para la Juventud, en colaboración con la Red Interinstitucional de las Naciones Unidas para el Desarrollo de la Juventud— tuvo lugar los días 7 y 8 de abril bajo el lema “Una década de acción: forjar una recuperación resiliente”. El Foro de la Juventud 2021 reunió virtualmente a más de 19.000 jóvenes en lo que se convirtió en la mayor reunión de jóvenes que jamás hayan visto las Naciones Unidas. En el evento se presentó el informe de los progresos realizados por Youth2030 en 2021, una primera revisión de los avances en la estrategia para la juventud de todo el sistema de las Naciones Unidas que destaca cómo la Organización está respondiendo a las necesidades de los jóvenes en la crisis de la COVID-19 y colaborando con los gobiernos y los jóvenes para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

## **B. Paz y seguridad**

48. El Departamento colaboró con el Departamento de Operaciones de Paz y las misiones de mantenimiento de la paz para promover el Día Internacional del Personal de Paz de las Naciones Unidas (29 de mayo) bajo el lema “El camino hacia una paz duradera: aprovechar el potencial de la juventud para la paz y la seguridad”, destacando la importancia de los jóvenes encargados del mantenimiento de la paz y el mayor compromiso de la juventud para ayudar a construir una paz sostenible. Varios centros de información de las Naciones Unidas colaboraron con las operaciones de mantenimiento de la paz a fin de mantener interacciones virtuales entre los jóvenes de los países que aportan tropas y policías y los jóvenes encargados del mantenimiento de la paz de esos países desplegados en el extranjero. Las actividades de divulgación en los medios de comunicación de los países que aportan contingentes y policías con los galardonados con la medalla Dag Hammarskjöld dieron lugar a la publicación de más de 100 artículos en prensa y en Internet en los principales medios de comunicación de dichos países. La red de centros de información de las Naciones Unidas también ayudó a facilitar la publicación de 32 artículos de opinión del Secretario General Adjunto de Operaciones de Paz en 19 países y en ocho idiomas.

## **VI. Servicios de comunicaciones estratégicas**

### **A. Centros de información de las Naciones Unidas**

49. Durante el período que se examina, el Departamento aumentó el alcance de sus comunicaciones mediante el desarrollo de la capacidad de sus centros de información y en estrecha colaboración con el personal de comunicaciones de las oficinas de los coordinadores residentes. Guiado por la Estrategia Global de Comunicaciones de las Naciones Unidas, el Departamento proporcionó apoyo específico en materia de comunicaciones estratégicas y de crisis a los coordinadores residentes y puso dicho apoyo a disposición de los 131 equipos de las Naciones Unidas en los países. El apoyo abarcó desde la participación directa hasta la orientación en materia de comunicaciones y la coordinación de comunidades de práctica regionales. El Centro de Información de las Naciones Unidas en Dakar, por ejemplo, prestó apoyo a una red de oficiales de comunicación de las Naciones Unidas en el África francófona, formulando estrategias de comunicación y promoviendo campañas pertinentes para la región; por su parte, los centros de información de Canberra y Puerto España se encargaron de la difusión de las comunicaciones y del apoyo logístico a los equipos de las Naciones Unidas en sus respectivas regiones de Australia y el Pacífico Sur y el Caribe. Dichas actividades permitieron al Departamento ampliar su apoyo a las oficinas de los coordinadores residentes y a los equipos de las Naciones Unidas en los países que no cuentan con un centro de información de las Naciones Unidas.

50. Un examen conjunto realizado en marzo-abril de 2021 por el Departamento y la Oficina de Coordinación del Desarrollo sobre la integración de los centros de información de las Naciones Unidas con las oficinas de los coordinadores residentes en 44 localidades reveló que la integración podía dar lugar a una sólida capacidad de comunicación y que, en la mayoría de los casos, ya había dado lugar a un cambio significativo en la planificación y ejecución de las comunicaciones en el país.

### **B. Derechos humanos**

51. El Día Internacional de Reflexión sobre el Genocidio de 1994 contra los tutsis en Rwanda (7 de abril), organizado por el Departamento en colaboración con la Misión Permanente de Rwanda, estuvo marcado por una conmemoración virtual transmitida por la Web TV de las Naciones Unidas y los canales de las Naciones Unidas en Facebook y YouTube. El acto, en el que intervinieron el Secretario General, el Presidente de la Asamblea General, el Representante Permanente de la República de Rwanda y un niño superviviente que dio su propio testimonio, fue moderado por el Secretario General Adjunto del Departamento y contó con una audiencia internacional de más de 10.000 personas. La conmemoración tuvo una mayor difusión gracias a los mensajes multilingües en las redes sociales en las cuentas de las Naciones Unidas. Las menciones por etiqueta y la participación aumentaron un 211 % (1.200.000 frente a 386.000) y un 18 % (65.100 frente a 55.100), respectivamente, en relación con el año anterior.

### **C. Paz y seguridad**

52. En junio, el Departamento, en colaboración con el Departamento de Operaciones de Paz, puso en marcha la tercera fase de la campaña “Servicio y Sacrificio”, en la que se agradece a los países que aportan tropas y policías su inestimable contribución al mantenimiento de la paz.

53. En febrero y junio, el Departamento, junto con los Departamentos de Apoyo Operativo, Operaciones de Mantenimiento de la Paz y Estrategia de Gestión, Política y Cumplimiento, facilitó la celebración de talleres de formación sobre la comunicación en lo relativo a la explotación y el abuso sexuales. 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 abordar el tema de la explotación y los abusos sexuales perpetrados por personal de las Naciones Unidas.

#### **D. Nueva Alianza para el Desarrollo de África**

54. Durante el período que abarca el informe, el sitio web *Africa Renewal* destacó los esfuerzos que se están realizando en el continente para hacer frente a la pandemia de COVID-19 mediante entrevistas, como la realizada al Director de los Centros Africanos de Control y Prevención de Enfermedades, junto con contenidos sobre la búsqueda de vacunas en África y la llegada de las vacunas de la iniciativa COVAX. El Departamento también ha realizado una serie de entrevistas en las que se describe el trabajo de las representantes permanentes africanas ante las Naciones Unidas.

55. En total, *Africa Renewal* produjo 105 artículos que fueron publicados por 175 medios de comunicación de 30 países, entre ellos Burkina Faso, Eritrea, los Estados Unidos, Francia, Gambia, el Líbano, Namibia, Nigeria, el Reino Unido y Zimbabwe.

#### **E. Acción climática**

56. La acción climática siguió siendo una prioridad para las comunicaciones de las Naciones Unidas en el proceso de preparación del 26º período de sesiones de la Conferencia de las Partes en la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, impulsando la cobertura de los medios sociales y de los medios de comunicación tradicionales con el apoyo de un amplio contenido digital multilingüe que dio mayor difusión a los llamamientos a la acción por parte del Secretario General.

57. El Día Internacional de la Madre Tierra (22 de abril) y la Cumbre de Líderes sobre el Clima convocada por Estados Unidos ese mismo mes suscitaron una amplia participación de los medios de comunicación y de los influyentes. Un artículo de opinión del Secretario General en el Día Internacional de la Madre Tierra, en el que pedía una acción climática más ambiciosa, se publicó en 144 medios de 20 idiomas en 58 países, mientras que su correspondiente entrevista en Reuters generó numerosas reimpresiones y tuits en todas las regiones. Las intervenciones del Secretario General en la presentación del informe de la Organización Meteorológica Mundial sobre el estado del clima mundial en 2020 y en la Cumbre de Líderes sobre el Clima recibieron una amplia cobertura, entre otros, por parte de Agence France-Presse, Agencia Efe, Asharq Al-Awsat, Euronews, The Guardian, The Hindu, O Globo y Reuters. La cobertura en los medios sociales del Día Internacional de la Madre Tierra y del quinto aniversario de la firma del Acuerdo de París se vio ampliada por 22 Mensajeros de la Paz de las Naciones Unidas, Embajadores de Buena Voluntad y los Promotores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que dieron mayor difusión a los mensajes de las Naciones Unidas y a los llamamientos a la acción del Secretario General; entre ellos, cabe mencionar a Antonio Banderas, Paulo Coelho, Leonardo DiCaprio, Jane Goodall, Dia Mirza, Edward Norton y Shakira.

58. En el sitio web de la acción climática de las Naciones Unidas, que atrajo más de 100.000 visitas al mes durante el período que abarca el informe, figura la intervención del Secretario General en la que se acoge con beneplácito la vuelta de los Estados Unidos al Acuerdo de París y su “alerta roja” en respuesta al informe de síntesis de la

Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático acerca de las contribuciones determinadas a nivel nacional en el marco del Acuerdo de París en febrero; su llamamiento para acabar con la “adicción mortal” al carbón en un discurso pronunciado en marzo ante la Powering Past Coal Alliance; su impulso a una mayor financiación para el clima y a la eliminación progresiva del carbón en el duodécimo Diálogo Climático de Petersberg, celebrado en mayo; y su discurso sobre la financiación de la acción climática en la cumbre del Grupo de los Siete en junio. El sitio web contaba también con nuevos contenidos en profundidad en varios idiomas, como entrevistas con líderes de opinión de las Naciones Unidas, una visión general de la financiación de la acción climática, reportajes que muestran soluciones al respecto y un seguimiento específico de la coalición de países comprometidos con las emisiones netas cero para 2050.

59. La campaña de las Naciones Unidas para la acción climática individual, ActNow, siguió ganando impulso, habiéndose registrado unos 1,5 millones de acciones registradas a través de la aplicación móvil y el chat bot entre febrero y junio de 2021. La versión de ActNow para niños, Superhéroes de la Acción Climática, está disponible en español y francés.

60. Con el objetivo de incrementar el ámbito de la acción climática a nivel mundial, los centros de información de las Naciones Unidas introdujeron diversas iniciativas en el proceso de preparación del 26º período de sesiones de la Conferencia de las Partes en la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. El Centro de Información de las Naciones Unidas en Lagos y el equipo de las Naciones Unidas en el país, en colaboración con la organización juvenil Solution 17 for Climate Change, pusieron en marcha la campaña Naija Climate Now para que jóvenes, estudiantes, científicos y empresarios diseñasen y aplicasen soluciones sostenibles para mitigar el cambio climático. Los centros de información de Nueva Delhi, Pretoria y Río de Janeiro también dieron inicio a campañas nacionales de acción climática en junio de 2021.

61. El Departamento siguió promoviendo la urgencia de la acción climática en todas las plataformas de medios sociales en nueve idiomas (las seis lenguas oficiales más el hindi, el kiswahili y el portugués). Entre los contenidos más destacados se encuentran los creados para el Día Internacional de la Madre Tierra, en los que aparecen jóvenes activistas del clima, así como sobre las emisiones netas de gases de efecto invernadero; el lanzamiento de una serie de vídeos sobre el Acuerdo de París que registró más de un millón de visitas; y los Superhéroes de la Acción Climática y otros elementos de la campaña ActNow. Los mensajes y contenidos sobre el clima obtuvieron resultados mejores que la media en las plataformas de los medios sociales.

## **VII. Divulgación y promoción**

### **A. Divulgación comunitaria creativa**

62. Durante el período que se examina, el Departamento colaboró con Louie Psihoyos, fotógrafo y documentalista ganador del premio de la Academia, en la producción de una gran instalación cinematográfica en el edificio de la Secretaría de las Naciones Unidas para promover la acción climática en el nexa de la erradicación de la pobreza y la desigualdad, con anterioridad a la vigésimo sexta sesión de la Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.

## **B. Grupo de Extensión Educativa**

63. El Departamento organizó varias actividades de extensión educativa, como debates en línea y proyecciones de películas, a fin de destacar las prioridades de la Organización para 2020-2021. En total, más de 80.000 personas de diversas partes del mundo participaron en esas actividades. Se prestó apoyo a la Oficina de la Presidencia de la Asamblea General en la conmemoración del Día Internacional de Recuerdo de las Víctimas de la Esclavitud y la Trata Transatlántica de Esclavos (25 de marzo). El Departamento también puso en marcha una serie de podcasts con supervivientes del Holocausto y siguió coordinando la elaboración de material de apoyo para los estudiantes del Modelo de Naciones Unidas, además de informar periódicamente a los estudiantes acerca de la labor de la Organización.

## **C. Iniciativa Impacto Académico de las Naciones Unidas**

64. Un webinar de la iniciativa Impacto Académico de las Naciones Unidas se centró en las repercusiones transversales del racismo y en el papel de las universidades en la promoción de la diversidad racial y la inclusión. Con motivo del Día Mundial de los Refugiados (20 de junio), la iniciativa organizó un webinar con el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados sobre la contribución de las universidades a una educación de calidad inclusiva y equitativa para los estudiantes y académicos desplazados.

## **D. Servicios de visitantes**

65. Debido a la pandemia de COVID-19, se prevé que el programa de becas de periodismo en memoria de Reham Al-Farra de 2021, que se celebrará entre septiembre y octubre de 2021, sea totalmente virtual. Los becarios recibirán formación y asistirán a sesiones informativas presentadas por expertos de las Naciones Unidas, acceso exclusivo a altos funcionarios de las Naciones Unidas y oportunidades de establecer contactos con un grupo de periodistas y locutores de distintas partes del mundo.

## **E. Dependencia de la Sociedad Civil y Servicio de Enlace con las Organizaciones No Gubernamentales**

66. A fin de hacer llegar su mensaje a nuevos destinatarios, fomentar la participación de la sociedad civil y destacar una prioridad clave de la organización, el Departamento encabezó la iniciativa digital conocida como “Civil Society Climate Action Stories”, que pone de relieve la acción climática que realiza la sociedad civil en distintas partes del mundo. Se recibieron unos 140 informes de acción de diferentes regiones y su contenido se difundió a través de diversas plataformas de medios sociales.

67. El Departamento siguió fomentando la participación de la sociedad civil a través de eventos virtuales que dan mayor difusión a los temas, campañas y mensajes clave de las Naciones Unidas en el Día Mundial de la Libertad de Prensa (3 de mayo) y en la sostenibilidad y los sistemas alimentarios, así como en la restauración de los ecosistemas.

68. De febrero a junio, el Servicio de Enlace con las Organizaciones No Gubernamentales apoyó la participación de unas 900 entidades de la sociedad civil en las reuniones y cumbres de alto nivel de las Naciones Unidas, incluidos unos 30 representantes de la sociedad civil que hablaron sobre la respuesta y la recuperación ante la COVID-19.

## **F. Ventas y comercialización**

69. El personal de ventas y comercialización, que se reunió con unos 600 líderes de la industria editorial, intervino en cinco conferencias de alto nivel del sector y de bibliotecarios sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el impacto de la pandemia de COVID-19 y el cambio climático.

## **G. Anuario de las Naciones Unidas**

70. Tras publicar en febrero la edición revisada del libro conmemorativo de la iniciativa UN75, titulado *Achieving our common humanity: Celebrating global cooperation through the United Nations*, el Departamento reanudó su producción regular del Anuario de las Naciones Unidas y las actividades conexas, incluida la utilización del contenido de la colección del Anuario en la plataforma de medios sociales del Anuario en apoyo de las prioridades de comunicación de todo el sistema de las Naciones Unidas y de la estrategia de comunicación global de las Naciones Unidas.

## **H. Biblioteca Dag Hammarskjöld**

71. Durante el período que abarca el informe, la Biblioteca Dag Hammarskjöld prosiguió su labor dirigida a elaborar un fondo común de conocimientos para las Naciones Unidas, tanto en lo que respecta a la gestión de la información digital como a la reutilización de los espacios y activos de la Biblioteca. Más de tres millones de documentos y publicaciones de las Naciones Unidas en seis idiomas oficiales fueron descargados por investigadores de más de 8.000 ciudades de todo el mundo. Entre los asociados cabe mencionar las bibliotecas de las Naciones Unidas en Bangkok, Beirut, Ginebra y Viena. La Biblioteca analizó y puso en línea unos 4.344 documentos y publicaciones de las Naciones Unidas, especialmente sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el cambio climático y la COVID-19. Se completaron y se pusieron a disposición en el sitio web de la Biblioteca el índice de actas del Consejo Económico y Social (período de sesiones de 2020) y el índice de actas de la Asamblea General (septuagésimo cuarto período de sesiones). Además, la Biblioteca actualizó la información de acceso y recuperación para buscar y localizar los discursos pronunciados en la Comisión Política Especial y de Descolonización (Cuarta Comisión) y en el Consejo Económico y Social sobre el tema de la descolonización.

72. La Biblioteca siguió digitalizando importantes documentos y mapas históricos de las Naciones Unidas para ponerlos en línea. Durante el período que se examina se digitalizaron 17 mapas de mantenimiento de la paz y 15.550 documentos parlamentarios (lo que supone unas 82.900 páginas) en los seis idiomas oficiales, incluidos los documentos de la Cuarta Comisión y del Consejo de Administración Fiduciaria.

# **VIII. Noticias y medios**

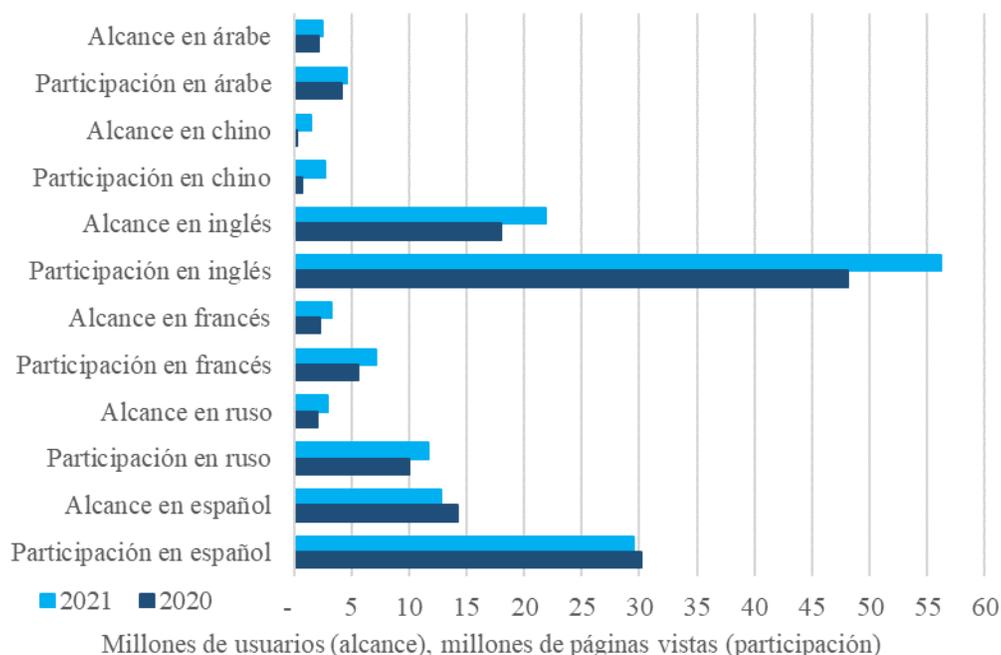
## **A. Sitios web y medios digitales**

73. Durante el período que se examina, 44,7 millones de usuarios visitaron el sitio web principal de las Naciones Unidas, que registró 112 millones de páginas vistas en todos los idiomas. Esto representa un aumento de 5,6 millones en el número de usuarios (es decir, un incremento del 14,3 %), y un crecimiento de la participación

medida de 13,2 millones de páginas vistas (un aumento del 13,3 %) en comparación con el mismo período del año pasado (véase la figura IV).

Figura IV

**Usuarios y páginas vistas del sitio web de las Naciones Unidas por idioma, febrero a junio de 2020 y 2021**



74. También aumentó la participación 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 tuvieron lugar en español (11 millones), inglés (9 millones) y ruso (6 millones) (véase la fig. V).

75. El Departamento siguió utilizando el sitio web de las Naciones Unidas para promover campañas de comunicación clave, como el Día Internacional del Personal de Paz de las Naciones Unidas y la acción climática, entre otras. Desde 2019, las visualizaciones de la página de inicio han sido de una media de unos 3,5 millones al año.

76. Durante el período que abarca el informe, la Sección de Servicios de Internet proporcionó nuevas directrices a las entidades de la Secretaría de las Naciones Unidas sobre las normas de accesibilidad a los sitios web y la creación de marcas. Más de 20 nuevos sitios web de toda la Secretaría fueron revisados para comprobar su accesibilidad y el cumplimiento de la marca antes de su puesta en marcha. Además, se examinaron las directrices de accesibilidad de los sitios web de las Naciones Unidas a fin de incluir las últimas orientaciones de la industria.

77. Se llevó a término la labor de actualización y migración de los contenidos ya existentes del sitio web de las Naciones Unidas al sistema principal de gestión de contenidos en todos los idiomas oficiales. Además, se llevó a cabo el rediseño y la garantía de cumplimiento de las normas de la web para las páginas principales de las

Naciones Unidas, como “La Organización”, “Qué hacemos”, “Desafíos globales” y “Días Internacionales de las Naciones Unidas”.

78. El Departamento también ha venido elaborando material digital para el 20º aniversario de la Declaración y el Programa de Acción de Durban sobre la lucha contra el racismo, la intolerancia y la discriminación, incluida la elaboración de un sitio web para la campaña “#FightRacism”. El sitio web de las Naciones Unidas también siguió promoviendo el podcast “Awake at Night”, presentado por el Secretario General Adjunto del Departamento, que fue descargado más de 2 millones de veces durante el período comprendido entre julio de 2020 y abril de 2021.

## **B. Prensa e información sobre reuniones**

79. Durante el período que abarca el informe, la Sección de Información sobre Reuniones publicó 1.287 comunicados de prensa en inglés y en francés —un total de 5.792 páginas— sobre las actividades del Secretario General, el Vicesecretario General, el Consejo de Seguridad, las sesiones plenarias y los comités de la Asamblea General, el Consejo Económico y Social y las sesiones informativas diarias de la Oficina del Portavoz del Secretario General. En vista de las restricciones derivadas de la COVID-19, la Sección elaboró comunicados de prensa sobre las sesiones públicas virtuales y presenciales.

80. El sitio web de la Sección de Información sobre Reuniones, en inglés y en francés, registró un aumento del 47 % en las páginas vistas y un incremento del 83 % en los nuevos usuarios en comparación con el mismo período de tiempo en 2020, lo que supone una audiencia mundial de 240 países y territorios. Durante el período que se examina, el sitio web multiplicó por cuatro el número de usuarios procedentes de Asia.

81. El Departamento colaboró con la oficina de la Presidencia de la Asamblea General en la creación de un portal para facilitar el trabajo a distancia con los Estados Miembros y asegurarse de que la información pudiera compartirse de forma oportuna y que las resoluciones y decisiones de la Asamblea General pudieran aprobarse por el procedimiento de acuerdo tácito.

82. La Dependencia de Acreditación y Enlace con los Medios de Información siguió informando a los medios de comunicación acerca de las reuniones virtuales, los eventos y las reuniones informativas. También sirvió de enlace con los miembros de la prensa cuando se celebraron reuniones en persona, encuentros con la prensa y ruedas de prensa. La Dependencia se mantuvo en contacto con la Asociación de Corresponsales de las Naciones Unidas sobre cuestiones de acceso y condiciones de trabajo.

## **C. Transmisión web, vídeo, televisión y fotografía**

83. Durante el período sobre el que se informa, personas de 235 países y territorios vieron la cobertura de transmisión web en directo y por pedido de las reuniones y eventos de las Naciones Unidas directamente desde el sitio web de la TV Web de las Naciones Unidas, los canales de las Naciones Unidas en YouTube, Facebook y Twitter, por un total de 52 millones de visualizaciones. El canal de YouTube de las Naciones Unidas alcanzó la marca de 1.125.000 suscriptores. El número total de usuarios aumentó un 62 % en todas las plataformas de emisión en directo en comparación con el mismo período de tiempo en 2020.

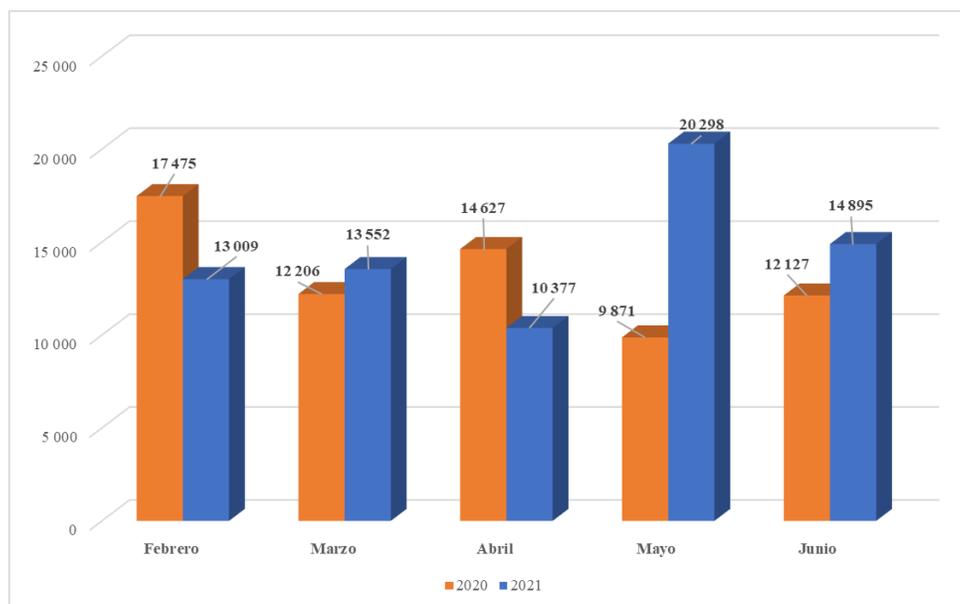
84. El nuevo TV Web de las Naciones Unidas—lanzado en inglés en junio de 2021 y al que seguirán otras versiones en idiomas oficiales— utiliza la última tecnología

de emisión en directo y una nueva plataforma de vídeo en la nube que ofrece mayor calidad de vídeo, rendimiento y capacidad de búsqueda.

85. El servicio de vídeo de noticias de UNifeed proporcionó paquetes de noticias de vídeo con calidad de emisión de la Sede de las Naciones Unidas, así como de las misiones de mantenimiento de la paz y de más de 30 organismos, fondos y programas asociados. El tiempo de emisión de los contenidos de UNifeed batió récords en mayo, habiéndose registrado 20.298 visitas o emisiones (figura V). Las imágenes de UNifeed fueron emitidas por emisoras de todo el mundo más de 80.000 veces de enero a junio de 2021.

Figura V

**Comparaciones mensuales de Unifeed, febrero-junio de 2020 y febrero-junio de 2021**



86. La Sección de Vídeo brindó una cobertura oportuna de los principales eventos de las Naciones Unidas acerca de la lucha contra la información errónea sobre la COVID-19, además de presentar reportajes sobre la eficacia de las vacunas, la iniciativa de la vacuna COVAX y la equidad en lo referente a las vacunas. La Sección produjo vídeos explicativos con gráficos en movimiento y visualización de datos sobre la distribución de vacunas, equipos de protección personal y servicios esenciales para hacer frente a la pandemia en los países en desarrollo. Transmitiendo el mensaje de que ningún país está a salvo mientras todos no lo estén, en los vídeos se hizo hincapié en la labor de los equipos de las Naciones Unidas en los países y la cooperación interinstitucional en la entrega de suministros para salvar vidas.

87. En abril, la Sección lanzó “A nuestro alcance”, una serie de vídeos sobre el clima narrados por jóvenes ecologistas y activistas de todo el mundo que presentan una visión de cómo, guiados por el Acuerdo de París sobre el Cambio Climático, podemos crear un mundo libre de los efectos del cambio climático. El primer episodio, protagonizado por Aidan Gallagher, actor y embajador de buena voluntad del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, obtuvo más de 2,7 millones de interacciones.

88. La Sección de Vídeo también está coordinando una serie de producciones relacionadas con la Declaración y Programa de Acción de Durban, centradas en la discriminación racial y el legado de la trata de esclavos y en el fomento de la tolerancia y la integración social.

89. En colaboración con sus asociados en el ámbito de la radiodifusión, la televisión de las Naciones Unidas facilitó la cobertura de más de 100 reuniones y actos híbridos y virtuales de las Naciones Unidas. También cubrió la reanudación de las sesiones en directo del Consejo de Seguridad y la Asamblea General, así como otras reuniones y actos, junto con las sesiones informativas diarias para la prensa. La televisión de las Naciones Unidas utilizó sus estudios para conectar al Secretario General en entrevistas en directo con la BBC, la CBS, la CNN y otras cadenas, y proporcionó apoyo de producción y gráfico a producciones virtuales e híbridas. Los canales de televisión de las Naciones Unidas en YouTube y Spectrum cable presentaron eventos en directo y virtuales las 24 horas del día, junto con los momentos más destacados de la jornada y reportajes sobre el terreno, como en la iniciativa COVAX, con vídeos y entrevistas del UNICEF y de otros organismos de las Naciones Unidas.

90. Durante el período que se examina, la Biblioteca Audiovisual de las Naciones Unidas atendió 2.160 solicitudes directas de material para la producción de noticias diarias, documentales, productos en línea y programas educativos de una amplia gama de clientes, entre ellos misiones diplomáticas, medios de comunicación, instituciones educativas y culturales, productoras independientes y oficinas de las Naciones Unidas. El sitio web de la Biblioteca Audiovisual registró 263.904 páginas vistas y 10.000 visualizaciones de vídeos. Se descargaron casi 71.500 archivos audiovisuales del sitio web. Con el apoyo del Gobierno de Omán, la Biblioteca Audiovisual siguió digitalizando archivos audiovisuales históricos seleccionados. En el marco del proyecto se ha digitalizado aproximadamente el 60 % de la colección histórica pertinente.

91. El sitio web de Servicio de Fotografía de las Naciones Unidas registró unas 347.000 páginas vistas en su versión renovada. Se descargó del sitio web un total de 111.565 fotos. Tras la implantación del nuevo sistema de gestión de activos fotográficos de las Naciones Unidas, el sitio web registró un aumento del 45 % en las descargas. Se agregaron leyendas a unas 600 fotos y se mejoraron sus metadatos para aumentar la precisión de los resultados de las búsquedas y facilitar su localización en Internet. La Fototeca de las Naciones Unidas atendió 1.750 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.

#### **D. Asociados**

92. En el marco de las iniciativas del Departamento por llegar al público a través de los medios de comunicación tradicionales, la Dependencia de Relaciones de Colaboración concluyó acuerdos de licencia de contenidos con Silverbird Television y Great Audacity Studio, dos emisoras con sede en Nigeria que tienen previsto añadir a su programación la serie de cortometrajes La ONU en acción.

93. Para ampliar su difusión entre personas sin acceso a Internet, el Departamento colabora con Bibliotecas sin Fronteras, una organización sin ánimo de lucro que atiende a comunidades de todo el mundo con centros de información emergentes que proporcionan acceso sin conexión a contenidos multimedia de alta calidad. El

asociado pretende incluir en su oferta la serie “La ONU en acción” y los contenidos multilingües de Noticias ONU.

94. Durante el período que abarca el informe, se firmaron otros acuerdos de licencia con la editorial Alexander Street para poner la serie “La ONU en acción” a disposición de escuelas, universidades y bibliotecas; con el recopilador de noticias Dailyhunt, con sede en la India, para presentar el contenido de las noticias de las Naciones Unidas en hindi en su aplicación móvil; y con la plataforma de noticias en línea al servicio de los periodistas TheNewsMarket, a fin de incluir los contenidos de United Nations News y UNifeed.

## **IX. Expo 2020**

95. Tras ser aplazada un año debido a la pandemia, está previsto que la Expo2020 se celebre del 1 de octubre de 2021 al 31 de marzo de 2022. Teniendo en cuenta las repercusiones de la pandemia de COVID-19, las Naciones Unidas han hecho un cambio en su participación, de un pabellón especial a programación y actividades del Día de las Naciones Unidas, días internacionales clave y semanas temáticas en que se aboga por el multilateralismo y la cooperación internacional y se da mayor difusión a los Objetivos de Desarrollo Sostenible en coordinación con los asociados y los Estados Miembros en sus pabellones nacionales. La Expo 2020 también ha ofrecido a las Naciones Unidas acceso al Pabellón de las Oportunidades, organizado y gestionado por la Expo y centrado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

## **X. Conclusiones**

96. La pandemia de COVID-19 ha supuesto para el Departamento la oportunidad de aplicar eficazmente la estrategia de comunicación global que se puso en marcha justo antes de que comenzara la pandemia. La estrategia representa un nuevo enfoque de las comunicaciones de las Naciones Unidas, que va más allá de la mera concienciación acerca de las actividades de las Naciones Unidas para alentar a las personas a interesarse por lo que hace la Organización y movilizarlas para que adopten medidas de apoyo. En medio de la extraordinaria situación mundial actual, los éxitos del Departamento demuestran que la estrategia está dando resultados. De cara al futuro, el Departamento seguirá aplicando la estrategia para reforzar el apoyo a la labor y a los propósitos de las Naciones Unidas, sirviendo de fuente de información de confianza acerca de las principales cuestiones y haciendo participar a un amplio abanico de interesados a todos los niveles y en todas las plataformas e idiomas.