



# Asamblea General

Distr. general  
10 de febrero de 2017  
Español  
Original: inglés

## Comité de Información

39º período de sesiones

24 de abril a 5 de mayo de 2017

### Actividades del Departamento de Información Pública: servicios de noticias

#### Informe del Secretario General

##### *Resumen*

El presente informe, preparado de conformidad con lo dispuesto en las resoluciones de la Asamblea General [71/101](#) A y B, brinda un resumen de los principales avances realizados por el Departamento de Información Pública entre septiembre de 2016 y febrero de 2017 en la promoción de la labor de las Naciones Unidas entre el público de todo el mundo mediante sus servicios de noticias.

Los servicios de noticias, uno de los tres subprogramas del Departamento, está a cargo de la División de Noticias y Medios de Información. Sus objetivos son apoyar a las Naciones Unidas con productos de información de alta calidad, pertinentes y oportunos sobre las actividades de la Organización en las distintas plataformas multimedia y en diversos idiomas, ampliar el alcance geográfico de esos productos y aumentar su frecuencia de uso por los medios de comunicación y otros usuarios.

Las actividades realizadas en el marco de los otros dos subprogramas del Departamento, a saber, los servicios de comunicaciones estratégicas y los servicios de divulgación y difusión de conocimientos, se describen en informes separados del Secretario General ([A/AC.198/2017/2](#) y [A/AC.198/2017/4](#), respectivamente).



## **I. Introducción**

1. En sus resoluciones 71/101 A y B, la Asamblea General tomó nota de los informes del Secretario General sobre las actividades del Departamento de Información Pública presentados para consideración del Comité de Información en su 38º período de sesiones y solicitó al Secretario General que siguiera informando al Comité sobre las actividades del Departamento.
2. En las mismas resoluciones, la Asamblea General pidió al Departamento que proporcionara información específica sobre varias de sus actividades. La Mesa del Comité de Información aconsejó al Departamento que presentara la información solicitada en tres partes, una para cada uno de los tres subprogramas del Departamento, a saber: servicios de comunicaciones estratégicas, servicios de noticias y servicios de divulgación y difusión de conocimientos.
3. En el presente informe, que abarca las actividades del Departamento relacionadas con las noticias y los medios de comunicación, se resaltan los avances logrados en materia de producción multimedia, lo cual incluye radio, televisión, vídeo, fotografía, publicaciones impresas, Internet y medios sociales. También se hace hincapié en el uso del multilingüismo con respecto al sitio web del Departamento y todo el contenido producido por el Departamento para plataformas, tanto digitales como tradicionales.

## **II. Servicios de noticias**

### **A. Panorama general**

4. El Departamento ha empezado a actualizar sus productos a fin de aumentar su alcance en el público multilingüe a través de plataformas tradicionales y de medios sociales, en parte sobre la base de las mejores prácticas del sector de los medios de comunicación digitales. El Departamento se ha valido de la experiencia técnica de importantes redes de difusión e institutos de capacitación para entender mejor los distintos tipos de herramientas digitales que se están introduciendo en las salas de prensa de todo el mundo, y gracias a ello ha seguido incorporando capacidades multimedia a sus flujos de trabajo.
5. Mediante la utilización de nuevas tecnologías de producción de contenidos, como elaboración de figuras, visualización de datos, transmisión de *podcast* y otras herramientas digitales, el Departamento le ha dado a su cobertura de noticias un perfil más adaptado a los dispositivos móviles y a los nuevos hábitos de consumo. Se están transfiriendo contenidos en todos los idiomas oficiales de las Naciones Unidas, así como en portugués y suajili, a una plataforma mejorada de noticias que brindará a los usuarios una experiencia multidimensional y más intuitiva y atractiva. El Departamento está buscando constantemente nuevas formas de llevar a diversos públicos la perspectiva de las Naciones Unidas sobre lo que sucede en el mundo y es consciente de la necesidad de producir contenidos dirigidos a públicos específicos que puedan ser compartidos, integrados y adaptados fácilmente, tanto en los idiomas oficiales como en los no oficiales, por las oficinas de las Naciones Unidas en todo el mundo, incluidos los centros de información de las Naciones

Unidas. Por ejemplo, cuando en ocasión de la celebración del año nuevo el Secretario General entrante grabó un mensaje de paz en vídeo que debía distribuirse en todas las regiones y en múltiples idiomas, el Departamento se aseguró de que se compartiera una versión genérica que pudiera adaptarse a idiomas no oficiales para ser usada en distintas plataformas digitales y de medios sociales.

6. Durante el período sobre el que se informa, el Departamento prestó apoyo en materia de comunicaciones a las cuatro grandes conferencias internacionales que se celebraron fuera de la Sede: la Conferencia de las Naciones Unidas sobre la Vivienda y el Desarrollo Urbano Sostenible, celebrada en Quito en octubre de 2016; el 22º período de sesiones de la Conferencia de las Partes en la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, que tuvo lugar en Marrakech en noviembre de 2016; la Conferencia Mundial sobre el Transporte Sostenible, celebrada en Ashgabat en noviembre de 2016; y el 50º aniversario de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre la Exploración y Utilización del Espacio Ultraterrestre con Fines Pacíficos, celebrado en Dubái en noviembre de 2016. El Departamento envió equipos multimedia y multilingüe para cubrir las conferencias en los seis idiomas oficiales, así como en portugués y suajili, y en la Conferencia Mundial sobre el Transporte Sostenible prestó otros servicios, como la acreditación de los medios de comunicación.

7. En noviembre y diciembre de 2016, a pedido del Comité de Información, el Departamento realizó un estudio entre el público con el fin de obtener información sobre las alianzas que había establecido con emisoras mundiales y evaluar su efecto multiplicador sobre posibles audiencias. Los equipos de noticias de las Naciones Unidas entrevistaron a distintas emisoras asociadas para reunir información directa sobre el alcance en términos de audiencia y los métodos y el grado de uso y difusión de los productos del Departamento, y para medir la satisfacción general de los asociados y sus públicos con respecto a esos productos. El estudio está disponible para aquellos miembros del Comité que estén interesados en recibir una copia.

## **B. Televisión**

### **Producción de vídeos**

8. El Departamento está modernizando su producción de contenidos de vídeo para prestar un mejor servicio a los medios de comunicación externos mediante la actualización de la transmisión en continuo, ya sea en directo o a demanda, de la cobertura en vídeo y la producción de vídeos de noticias actuales y vídeos que se ajustan a las modalidades de los medios sociales. En términos más generales, continúa examinando productos y patrones de difusión, explorando alianzas y opciones de coproducción más dinámicas y basándose más en la información proporcionada acerca de las actividades de las Naciones Unidas sobre el terreno y los testimonios de los beneficiarios de las acciones y los programas de la Organización.

9. Todos los documentales o reportajes de larga duración van acompañados ahora de un avance resumido para los medios sociales. Se están produciendo microvídeos sobre eventos, conferencias y entrevistas que se incorporan en las noticias. Para marcar las principales fechas conmemorativas y de celebración de las Naciones

Unidas se están produciendo más vídeos de corta duración en los seis idiomas oficiales. Se están redoblando los esfuerzos para adaptar los mensajes del Secretario General a las modalidades de los medios sociales y los dispositivos móviles, así como para producirlos en múltiples idiomas. Es habitual que muchos de estos vídeos se envíen sin el audio a los centros de información de las Naciones Unidas, para que la parte narrativa pueda traducirse a los idiomas locales.

10. El Departamento sigue produciendo vídeos, tanto cortometrajes como largometrajes, para que se difundan en todo el mundo a través de las emisoras clientes y en Internet y las plataformas de comunicación de los medios sociales. Estos reportajes en vídeo reflejan temas prioritarios de las Naciones Unidas, como el cambio climático, la paz y la seguridad, los derechos humanos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Se emiten en diversas plataformas, incluidos medios sociales en múltiples idiomas (como YouTube, Twitter, Facebook y Sina Weibo), el canal de la Televisión de las Naciones Unidas (disponible en la ciudad de Nueva York a través de Spectrum, canal 228), Web TV de las Naciones Unidas ([www.webtv.un.org](http://www.webtv.un.org)), Radio ONU, el Centro de Noticias ONU y otros medios internos de difusión.

11. La Sección de Televisión de las Naciones Unidas trabaja en estrecha colaboración con asociados del sistema de las Naciones Unidas para producir contenidos pertinentes y actualizados centrados en historias humanas que ponen de relieve las actividades de la Organización sobre el terreno. Se están buscando nuevas alianzas, incluso con empresas externas de producción, para crear contenidos para la Televisión de las Naciones Unidas.

12. En 2016, el Departamento produjo varias ediciones especiales de la serie insignia *21st Century* para destacar temas y actividades prioritarios de las Naciones Unidas. En septiembre, produjo un programa especial sobre los refugiados y los migrantes para atraer la atención mundial hacia la reunión plenaria de alto nivel de la Asamblea General sobre la respuesta a los grandes desplazamientos de refugiados y migrantes. Además de los programas con entrevistas a altos funcionarios de las Naciones Unidas, entre ellos el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados y la Asesora Especial para la Cumbre sobre la Respuesta a los Grandes Desplazamientos de Refugiados y Migrantes, la Sección de Televisión produjo un reportaje sobre el Afganistán y las razones que llevan a las personas a decidir emigrar a otro país o quedarse en el suyo. Este reportaje se ha utilizado en la campaña “Juntos” de las Naciones Unidas y se proyectó en la Sede para conmemorar el Día Internacional del Migrante.

13. En diciembre, como forma de vincular las celebraciones del Día de los Derechos Humanos y del Día Internacional de las Personas con Discapacidad, se emitió en los medios sociales y tradicionales un programa especial dedicado a los derechos de las personas con discapacidad. El largometraje mostraba la vida de dos jóvenes autistas y sus familias en el Paraguay a lo largo de 20 años. La película se proyectó también en un acto celebrado en la Sede para conmemorar el décimo aniversario de la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.

14. Sobre el tema del cambio climático, el Departamento produjo varios vídeos de corta duración. Uno de ellos, producido para la apertura de la Cumbre sobre Medidas contra el Cambio Climático, celebrada en septiembre de 2016, se proyectó

en el Salón de la Asamblea General y tuvo una extensa difusión en los medios sociales. Se produjo también un vídeo, que se proyectó en la Cumbre de septiembre, con mensajes de distintos Estados Miembros en los que confirmaron su compromiso de ratificar el Acuerdo de París. Además, un vídeo breve sobre la ratificación del Acuerdo de París por la India, un punto de inflexión en la entrada en vigor del Acuerdo, se compartió ampliamente en las plataformas de medios sociales y fue visto por miles de personas en un tiempo récord debido a que el Primer Ministro de la India lo retuiteó.

15. La Sección de Televisión siguió produciendo vídeos en los seis idiomas oficiales en los que se destacaban las actividades realizadas en todo el mundo en relación con la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Estos vídeos, que se vinculaban con los días internacionales del calendario de las Naciones Unidas y trataban temas como la buena salud y el bienestar, las medidas de respuesta al cambio climático, la vida subacuática y la vida en la tierra, se compartieron ampliamente en sitios web y medios sociales. También se produjeron reportajes especiales para teledifusión, en los que se abordaban temas que ponían de relieve elementos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible: desde el riesgo sanitario planteado por el virus del Zika al apoyo prestado por las Naciones Unidas para la promoción de la democracia, y desde la protección de los tigres en peligro de extinción a los esfuerzos mundiales para proteger a los ciudadanos de accidentes de tránsito mortales.

16. La Sección continuó produciendo sus programas habituales, a saber, *La ONU en Acción*, *ONU Historias* y *El Resumen del Año*, en los seis idiomas oficiales. La edición de 2016 de *El Resumen del Año* se produjo en varias versiones de distinta duración con el fin de lograr la mayor distribución y alcance posibles, en particular en los medios sociales. La serie *21st Century* se produce en inglés, chino y francés, y está prevista una nueva alianza para producir una versión en español. Continuó la búsqueda de asociados para producir versiones en árabe y ruso. El Departamento también siguió mejorando su respuesta a las necesidades de los asociados ajustando la periodicidad y la perspectiva de los reportajes. La distribución de la serie siguió creciendo, y se sumaron nuevas emisoras asociadas que transmitirán en forma regular, incluida una importante emisora de África, *Channels TV* de Nigeria, que llega a 25 millones de televidentes en la región y en la diáspora. Con casi 23 millones de vídeos vistos en 2015, *Channels TV* tiene el mayor número de suscriptores de YouTube en Nigeria (más de un cuarto de millón).

17. El Departamento está colaborando activamente con el Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz, el Departamento de Apoyo a las Actividades sobre el Terreno y el Departamento de Asuntos Políticos a fin de encontrar la mejor manera de usar los medios audiovisuales para dar mayor relieve a la labor de las Naciones Unidas en la mediación y en el establecimiento y el mantenimiento de la paz. En anticipación del Día Internacional del Personal de Paz de las Naciones Unidas, que se celebra el 29 de mayo, se está trabajando para establecer una alianza de producción permanente con funcionarios encargados de los medios audiovisuales en las operaciones de paz de las Naciones Unidas para llevar a públicos internacionales historias importantes que destaquen la labor realizada sobre el terreno.

18. A fin de conmemorar el Decenio Internacional de los Afrodescendientes, se produjeron varios vídeos, entre ellos reportajes del Brasil y de la India sobre descendientes de esclavos, y se difundieron en todas las plataformas en los seis idiomas oficiales. Otro objetivo de la producción de vídeos del Departamento es mostrar aspectos menos conocidos de la labor del sistema de las Naciones Unidas; por ejemplo, difundiendo un reportaje sobre el uso de la medicina nuclear para neutralizar a los mosquitos portadores del virus del Zika.

19. En consonancia con las últimas tecnologías, todos los productos televisivos tienen ahora una marca digital, agregada con tecnología Civolution, que proporciona al Departamento información sobre la forma en que las emisoras asociadas usan sus productos.

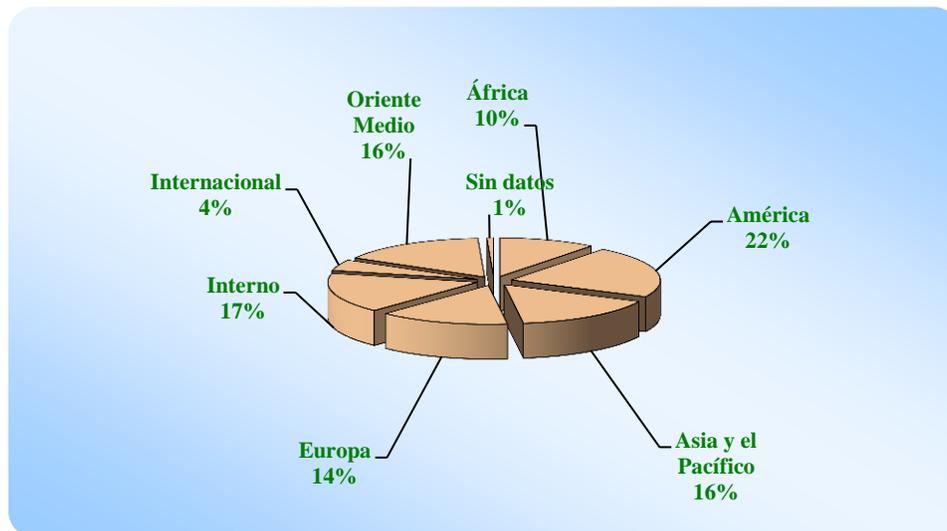
#### **Cobertura en directo**

20. El Departamento proporcionó a las emisoras transmisiones de calidad profesional en directo y de principio a fin de las sesiones de la Asamblea General y el Consejo de Seguridad y otros órganos intergubernamentales y de actos importantes, así como de conferencias de prensa y encuentros con los medios de comunicación en la Sede y en la Oficina de las Naciones Unidas en Ginebra. También se cubrieron conferencias internacionales patrocinadas por entidades del sistema de las Naciones Unidas. Además, la cobertura de todas las sesiones de la Asamblea y el Consejo se transmitió en vivo por Web TV de las Naciones Unidas en los seis idiomas oficiales y en el idioma original de las intervenciones.

#### **UNifeed**

21. UNifeed, que emite vídeos de calidad profesional con información oportuna de todo el sistema de las Naciones Unidas, suministró noticias en vídeo a través de Associated Press Television News a más de 1.000 centros emisores de todo el mundo, con contenidos de la Sede y de más de 40 organismos asociados, fondos y programas, así como misiones de mantenimiento de la paz. Reuters TV y la Unión Europea de Radiodifusión también distribuyeron noticias seleccionadas. Reuters provee vídeos de programas de noticias a más de 650 emisoras, que tienen una audiencia de hasta 1.000 millones de espectadores. La Unión es una confederación formada por 85 emisoras de 56 países y 37 emisoras asociadas.

Figura I  
**Clientes de UNifeed por región, noviembre de 2016**



22. En su sitio web, UNifeed ofrece vídeos con calidad profesional para emisoras más pequeñas, la mayoría de África, que no son suscriptores de Associated Press Television News o Reuters TV. Entre los usuarios registrados figuran profesionales de los medios de comunicación, organismos gubernamentales, organizaciones no gubernamentales e instituciones educativas. Algunos de los reportajes que se descargan de UNifeed se redistribuyen en las plataformas en línea y de medios sociales de los usuarios registrados. Ante la creciente demanda de reportajes en formatos más cortos se están buscando activamente nuevos asociados.

23. Según los datos registrados por Teletrax, las grandes emisoras utilizaron los reportajes 6.335 veces al mes en promedio. Esto supone un aumento del 32,1% en el uso con respecto al año anterior.

24. Durante el período sobre el que se informa, la cobertura de UNifeed del huracán Matthew en Haití tuvo una retransmisión excepcionalmente alta, mientras que el proceso de nombramiento del nuevo Secretario General, la emergencia del virus del Zika y los conflictos en Sudán del Sur y la República Árabe Siria estuvieron también entre los reportajes que más se descargaron y reutilizaron.

#### **Transmisiones web**

25. El Departamento continuó buscando modos de mejorar y ampliar los servicios de transmisión web en directo y a demanda de la Organización con el fin de llegar directamente a un público mundial en múltiples plataformas web y dispositivos móviles y en múltiples idiomas. Se brindó información en directo y a demanda de todas las reuniones importantes de las Naciones Unidas en Nueva York, Ginebra y La Haya, así como de reuniones informativas para la prensa, encuentros informales con la prensa, actos especiales y conferencias, a través de Web TV de las Naciones Unidas, en algunos casos en los seis idiomas oficiales.

26. Durante el período sobre el que se informa, Web TV de las Naciones Unidas puso a disposición del público 40.000 vídeos que podían verse en todo el mundo en computadoras de escritorio y dispositivos móviles y portátiles.

27. El Departamento realizó esfuerzos para fortalecer los servicios prestados por Web TV de las Naciones Unidas, en particular su capacidad multilingüe. Además de la cobertura por transmisión web en directo en todos los idiomas, que ya existía, durante el septuagésimo primer período de sesiones de la Asamblea General (en septiembre de 2016) el Departamento empezó a publicar en el sitio de Web TV vídeos a demanda de las sesiones de la Asamblea y el Consejo de Seguridad en los seis idiomas oficiales. Con sujeción a la disponibilidad de recursos lingüísticos, el Departamento seguirá trabajando para alcanzar la paridad lingüística en la cobertura por transmisión web de todas las actividades encargadas.

#### **Canal de las Naciones Unidas en YouTube**

28. A fines de 2016, el público del canal de las Naciones Unidas en YouTube ([www.youtube.com/unitednations](http://www.youtube.com/unitednations)) superó los 26 millones de usuarios, lo que significa un aumento del 33% con respecto al año anterior. El número de suscriptores del canal ha aumentado a más de 114.600. El canal de YouTube ofrece una transmisión en directo las 24 horas del día, donde los usuarios participan con comentarios e intercambio de opiniones.

### **C. Fotografías y archivos audiovisuales**

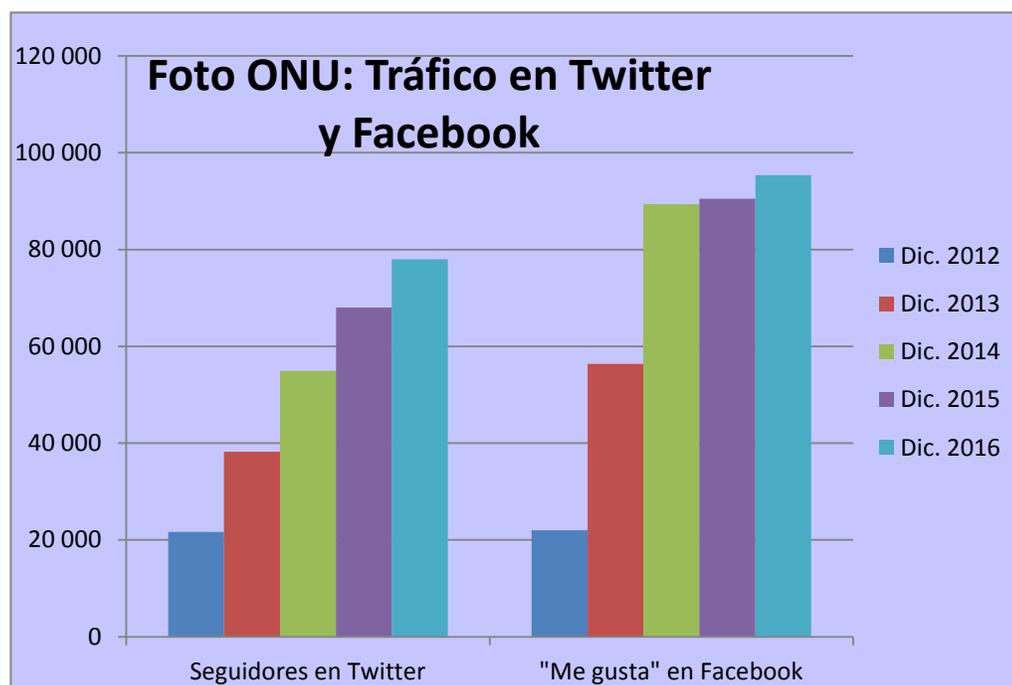
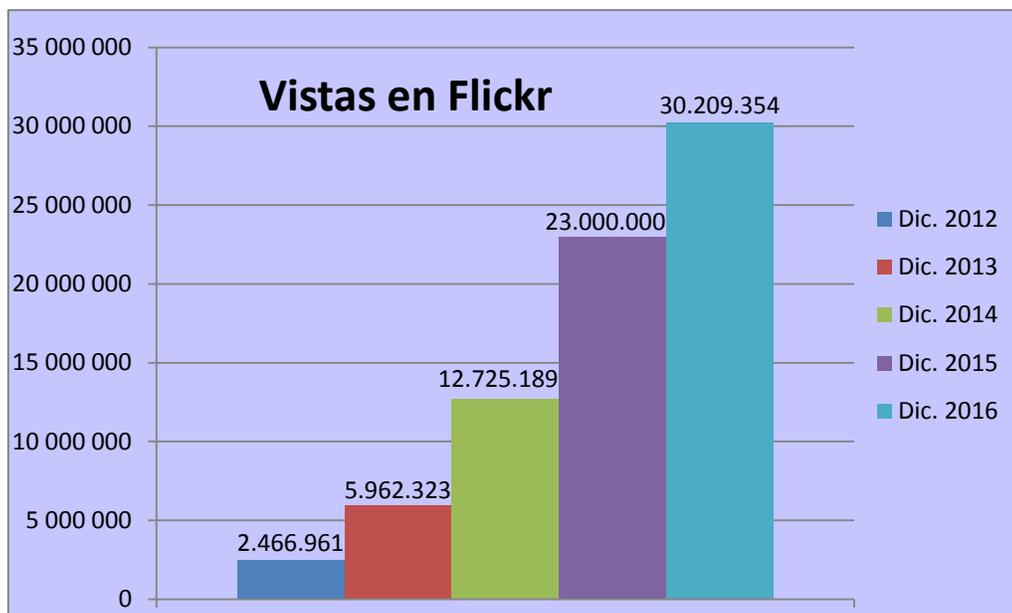
#### **Servicio de Fotografía de las Naciones Unidas**

29. Durante el período sobre el que se informa, se seleccionaron cerca de 5.700 imágenes de alta resolución y se pusieron a disposición del público en el sitio web del Servicio de Fotografía de las Naciones Unidas, o Foto ONU. En total, se agregaron unas 29.000 imágenes a la base de datos de fotografías.

30. Visitantes de todo el mundo descargaron más de 140.000 fotografías de alta resolución con el fin de publicarlas y distribuirlas y para otros usos. Esto representa un aumento del 20% con respecto al período al que se refiere el informe anterior. Ese incremento se produjo gracias a que el Departamento promovió sus fotografías a través de sus cuentas en los medios sociales y las de otras oficinas de las Naciones Unidas, como los centros de información de las Naciones Unidas, y las diversas cuentas insignias en los idiomas oficiales. La Fototeca de las Naciones Unidas recibe anualmente más de 8.000 solicitudes de contenidos de su base de datos, tanto de las Misiones Permanentes ante las Naciones Unidas como de editoriales y del público en general.

31. El sitio web de Foto ONU también tuvo más de 3 millones de visitantes a sus páginas durante el período sobre el que se informa, y sus canales en los medios sociales mantuvieron su popularidad entre los usuarios como fuente de fotografías de acontecimientos actuales y pasados (véase la figura II).

Figura II  
**Contenido del Servicio de Fotografía de las Naciones Unidas  
 en las plataformas de medios sociales**



### **Archivos audiovisuales y servicios de biblioteca**

32. El Departamento puso en marcha un proyecto quinquenal de digitalización dirigido a preservar el singular patrimonio audiovisual de las Naciones Unidas y ponerlo a disposición de las generaciones presentes y futuras. El proyecto, financiado con una donación de Omán de 4,5 millones de dólares, entrañará la digitalización masiva de alrededor del 70% de los archivos audiovisuales de la Organización.

33. El Departamento contrató archiveros con objeto de establecer flujos de trabajo para la gestión de metadatos, así como procedimientos de garantía de calidad para la integración en el sistema de gestión de activos digitales de las Naciones Unidas y para la publicación en el sitio web de la Biblioteca Audiovisual. El sitio web se traducirá a los seis idiomas oficiales para que los archivos audiovisuales estén disponibles para el público de todo el mundo.

34. El Departamento está en tratativas con la Oficina de Tecnología de la Información y las Comunicaciones para instrumentar un sistema seguro de copias de respaldo que permita la recuperación en casos de desastre, así como para el establecimiento de las políticas y los procedimientos de largo plazo que sean necesarios para la transferencia de archivos audiovisuales, a fin de apoyar un sistema de información de archivos sostenible y ajustado a las normas del sector.

35. El Departamento seguirá buscando alianzas creativas para financiar la digitalización de toda la colección y garantizar la gestión sostenible de los archivos audiovisuales de la Organización en el largo plazo.

### **D. Producción de noticias multimedia**

36. Como parte de un replanteamiento de la forma de adaptar los contenidos de las Naciones Unidas para múltiples destinatarios en distintas plataformas de medios de comunicación en todo el mundo, desde los Estados Miembros hasta periodistas y el público en general, se prevé que para principios de 2017 se inaugurará un sitio web multimedia de Noticias de las Naciones Unidas rediseñado y con una serie de funciones nuevas. El proyecto empezará con el lanzamiento del sitio web en español y ruso. Las fases siguientes corresponderán a las versiones en los demás idiomas oficiales y en portugués y suajili. Al unificar el contenido generado por los equipos de noticias del Departamento – Radio ONU y el Centro de Noticias ONU – el nuevo sitio web presentará de manera consolidada las noticias de las Naciones Unidas en diversos formatos (texto, audio, vídeo y fotografía), con el fin de brindar al público una oferta completa y atractiva. Se introducirán nuevos tipos de herramientas digitales, como líneas de tiempo y mapas interactivos. Un ejemplo de ello es un producto denominado “In Case You Missed It”, que los medios externos de comunicación digital están utilizando cada vez más. Se trata de una edición de contenidos en la que se seleccionan noticias destacadas del sistema de las Naciones Unidas ocurridas en las dos semanas anteriores. También se prevé el lanzamiento de un prototipo de trabajo para un Flujo de Noticias de las Naciones Unidas. Este sitio web interactivo mostraría los productos de Noticias de las Naciones Unidas en tiempo real tal como se publicaron, junto con vistas consolidadas de los canales de medios sociales.

### **Centro de Noticias de las Naciones Unidas**

37. Mientras se esperaba el lanzamiento del sitio web consolidado rediseñado, el portal multilingüe del Centro de Noticias de las Naciones Unidas siguió brindando una cobertura informativa oportuna, precisa y equilibrada de las últimas novedades en el sistema de las Naciones Unidas, en los seis idiomas oficiales, junto con una variedad de contenidos multimedia y recursos con información exhaustiva. Para ello, trabajó en coordinación con las oficinas sustantivas y los departamentos pertinentes y con la Oficina del Portavoz del Secretario General.

38. El portal del Centro de Noticias está pensado como un lugar ideal para mostrar una visión articulada de la labor de los organismos de las Naciones Unidas sobre el terreno, por ejemplo en crisis como la del virus del Zika o el combate y la prevención de la explotación y los abusos sexuales; en campañas como “Juntos”, de lucha contra la xenofobia hacia los refugiados y los migrantes; y en las actividades de las oficinas en los países y las oficinas regionales de las Naciones Unidas, en particular sobre cuestiones como los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que trascienden el ciclo inmediato de noticias.

39. Durante el período sobre el que se informa, los portales del Centro de Noticias de las Naciones Unidas en los seis idiomas oficiales alcanzaron una cifra de más de 13,3 millones de páginas vistas, con un promedio mensual de unas 1,1 millones. Los portales de noticias en todos los idiomas tuvieron más de 5,3 millones de visitantes distintos en el año, lo que equivale a unos 435.000 por mes. La noticia más leída del año en inglés fue la del nombramiento de António Guterres como Secretario General, que se leyó en más de 44.500 ocasiones entre que fue publicada el 13 de octubre de 2016 y el fin de año. El portal de noticias en francés tuvo su mayor crecimiento en el número de páginas vistas, que aumentó en un 6% hasta alcanzar la cifra de 536.886. Los portales de noticias en inglés y en español también tuvieron un crecimiento sostenido en el número de usuarios, que aumentó en un 7% con respecto al mismo período del año anterior.

40. Además de noticias de última hora, los portales del Centro de Noticias de las Naciones Unidas cubrieron una amplia gama de temas y novedades. Esta producción de noticias se publicó en los portales y en las páginas de “In focus”, que siguió sirviendo de “ventanilla única” de información sobre una variedad de temas y cuestiones de las Naciones Unidas que son de interés actual. Se crearon páginas de “In focus” para el tema de los refugiados y los migrantes y para el nuevo Secretario General, y las páginas ya existentes se actualizaron regularmente.

41. La página de “In focus” sobre la respuesta de las Naciones Unidas al cólera en Haití incluyó diversos contenidos multilingües dirigidos a resaltar la labor del sistema de las Naciones Unidas con respecto a la epidemia, tanto a nivel internacional como sobre el terreno, para lo cual se brindó información en forma de noticias del día y reportajes multimedia. El tema también sirvió de ejemplo útil sobre la forma en que los equipos de noticias de distintos idiomas y plataformas colaboran para brindar una fuente constante de productos informativos centrados en la respuesta de las Naciones Unidas.

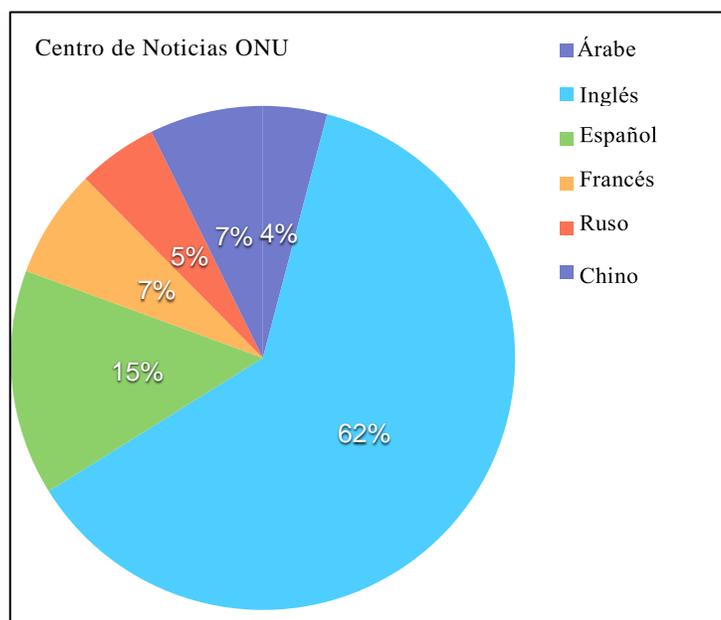
42. En el portal del Centro de Noticias se publicaron entrevistas destacadas a altos funcionarios de las Naciones Unidas en distintos idiomas. También se presentó a altos funcionarios nombrados recientemente para que se ocuparan de cuestiones

clave y muchas veces se brindó información sobre funcionarios de organismos de las Naciones Unidas en las zonas de crisis. Como parte de la campaña para poner de relieve la contribución de las mujeres en las Naciones Unidas, se procuró que los portales difundieran regularmente y en forma destacada información sobre el papel de las mujeres en puestos clave, y se intentó que dentro de lo posible se trataran distintas cuestiones desde una perspectiva de género.

43. Es de destacar en particular el aumento en la producción de microvídeos para ilustrar las noticias y brindar contenidos para las plataformas de medios sociales en todos los idiomas. Estos vídeos informativos breves se incluyen como parte de la cobertura multimedia diaria de noticias, ya que cumplen una función importante al destacar las noticias de las Naciones Unidas en los medios sociales. Por ejemplo, la Dependencia de Árabe produjo rápidamente una versión en idioma árabe de material sin editar filmado en la República Árabe Siria que amplió considerablemente la divulgación de los mensajes de las Naciones Unidas en los países de lengua árabe. Estos microvídeos se publican en los medios sociales, donde reciben un gran número de clics “me gusta” de los usuarios y se comparten en diversas plataformas.

44. En los medios sociales hubo un crecimiento sostenido: los seguidores de la cuenta del Centro de Noticias en Twitter (en inglés) superaron la cifra récord de 250.000, mientras que los seguidores en Facebook se acercaron a los 415.000. Las noticias que más interesaron a los seguidores de la cuenta del Centro de Noticias ONU en Facebook (en inglés) fueron las relacionadas con el proceso de nombramiento de António Guterres, las cuales llegaron a más de 570.000 personas.

Figura III  
**Páginas vistas del Centro de Noticias de las Naciones Unidas  
por idioma, 2016**



## **Radio de las Naciones Unidas**

45. Si bien se hace mucho hincapié en el aumento de la producción digital de contenidos, se siguen prestando servicios a los asociados de la Radio de las Naciones Unidas, o Radio ONU, a través de una combinación de noticias y reportajes en los seis idiomas oficiales, además de portugués y suajili, lo cual pone de relieve la gran capacidad de la radio para llegar al público en muchos países y regiones.

46. Además de esta labor, y ante las tendencias del sector y los comentarios recibidos, se está estudiando la mejor forma de prestar servicios a los asociados teniendo en cuenta el panorama local de los medios de comunicación y las necesidades de sus públicos, así como el desarrollo tecnológico en el sector. Gracias a los avances en las tecnologías de los medios de comunicación, los contenidos de audio producidos por las Naciones Unidas se comparten cada vez más en plataformas como SoundCloud y Facebook, donde se brinda incluso la opción de transmisión en directo, y con nuevos programas de actualidad, lo cual fomenta la participación del público. Dada la predisposición del público a utilizar dispositivos móviles, incluso donde los medios de comunicación digitales son menos accesibles, Radio ONU amplió su producción en todos los idiomas para abarcar todos los formatos: audio, vídeo y medios sociales.

47. En ese contexto, en noviembre y diciembre de 2016 se realizó una encuesta de asociados de Radio ONU y clientes de televisión para tener una idea más ajustada de sus necesidades y buscar la mejor forma de atenderlas. Los resultados preliminares del estudio mostraron cambios en los hábitos de escucha, la necesidad de brindar información oportuna, la importancia de contar historias y su pertinencia para la vida de las personas y el carácter multimedia de las modalidades de consumo.

48. Se buscó que el estudio tuviera una representación geográfica y lingüística equilibrada, así como un alcance de público, con respecto al uso de los productos y servicios de medios de comunicación de las Naciones Unidas y los comentarios y sugerencias recibidos sobre ellos, y con ese fin el estudio incluyó entrevistas a personal de 56 estaciones de radio de 43 países y 8 canales de televisión de 8 países.

49. La respuesta abrumadora de los clientes fue de satisfacción con respecto a los productos de radio y teledifusión de las Naciones Unidas, a los que describieron como productos oportunos de alta calidad y como una fuente de noticias internacionales objetivas y diversas. Pidieron que hubiera una relación más estrecha, de mayor colaboración y recíproca con los equipos de noticias de los distintos idiomas en la Sede. Otra conclusión importante fue la preferencia por segmentos de audio más breves y vídeos de corta duración, tanto para usarlos en los medios sociales como para satisfacer las necesidades de los clientes, ya que de esa forma pueden mezclarlos y combinarlos según la demanda del público.

50. Las estaciones de radio más pequeñas señalaron que, debido a la falta de recursos para la producción de contenidos propios, los contenidos de las Naciones Unidas resultaban esenciales, ya que en muchos casos constituían su única fuente de noticias internacionales.

51. La emisión en audio de mensajes importantes de las Naciones Unidas siguió atrayendo grandes audiencias en varios países y regiones y en las misiones de

mantenimiento de la paz, en particular los referidos a la paz y la seguridad, las operaciones humanitarias, los derechos humanos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La Dependencia de Árabe amplió su cobertura de las actividades de las Naciones Unidas, sobre todo las relativas a la región del Oriente Medio y Norte de África. Su sitio web y sus canales de medios sociales han sido una fuente confiable de información en árabe para los principales medios de comunicación. Muchos de los medios de comunicación tradicionales dependen cada vez más de los reportajes producidos por las Naciones Unidas para cubrir las actividades de la Organización. La producción de elementos multimedia por la Dependencia ayudó a ampliar el alcance del mensaje de las Naciones Unidas. La Dependencia también aumentó su cooperación con las misiones permanentes de los Estados Miembros de las Naciones Unidas, mediante el intercambio y retuiteo de contenidos.

52. La Dependencia de Chino realizó regularmente conexiones en directo con la Radio Nacional de China durante transmisiones nacionales en horario de máxima audiencia y durante el debate general de la Asamblea General, así como durante las sesiones del Consejo de Seguridad en las que se aprobaron importantes resoluciones. La Dependencia también comenzó la producción diaria de vídeos de noticias, destinados en particular a las plataformas de medios sociales, los cuales recibieron comentarios positivos del público.

53. La Dependencia de Inglés lanzó una nueva serie de podcast denominada “The lid is on”, en la que se trataron a fondo temas importantes de las Naciones Unidas en audios de larga duración. Los distintos episodios se ocuparon del extremismo violento, el VIH y el SIDA, la migración y la trata de personas. La Dependencia siguió estableciendo alianzas con emisoras tradicionales y en línea de todo el mundo, especialmente en los países en desarrollo. Algunos asociados retransmiten reportajes varias veces al día, los cuales llegan a decenas de millones de personas, en particular en países donde la conectividad a Internet es deficiente o nula.

54. La Dependencia de Francés siguió aumentando el número de sus alianzas con emisoras de todo el mundo, en particular en países en desarrollo, y también mediante colaboraciones con las misiones de mantenimiento de la paz de las Naciones Unidas destacadas en países francófonos. Según los primeros datos arrojados por un estudio reciente, los programas de audio han llegado a más de 20 millones de radioescuchas francófonos. Durante el período sobre el que se informa, hubo más de 301.000 descargas de productos de audio en francés del sitio web de Radio ONU, lo cual representa un aumento con respecto a la cifra de 229.000 del mismo período de 2015-2016. Esto es atribuible en parte a un mayor uso de plataformas de medios sociales como SoundCloud, Facebook y Twitter. La Dependencia tuvo además un papel importante en la producción de vídeos en francés para uso en las plataformas de noticias y medios sociales de todo el sistema de las Naciones Unidas.

55. La Dependencia de Suajili logró avances significativos con la ampliación del uso de productos multimedia (vídeos y reportajes fotográficos) en su cobertura y con la transmisión en directo en Facebook, con lo cual en los últimos seis meses de 2016 el número de seguidores aumentó en un 160% y llegó a casi 175.000. La Dependencia celebró acuerdos con siete asociados nuevos, incluidas estaciones de radio en la región y en los Estados Unidos de América. Si bien en la zona objetivo la tecnología sigue siendo un problema, se lograron avances sostenidos, ya que de

2015 a 2016 el número de descargas del sitio web de Kiswahili Radio aumentó en más de un 100%.

56. La Dependencia de Portugués produjo una serie de figuras y tarjetas con citas sobre diversas cuestiones de las que se ocupan las Naciones Unidas, que están pensados para los medios sociales y que comparten los organismos de las Naciones Unidas en los países de habla portuguesa, los embajadores de buena voluntad y los relatores especiales de las Naciones Unidas y los ministerios de relaciones exteriores, así como la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. El contacto con audiencias de todo el mundo aumentó en forma pronunciada. Muestra de ello es el número de seguidores en Facebook, que se incrementó en más de un 85%. Uno de los hechos más destacados en los medios sociales fue la transmisión en vivo por Facebook desde la Asamblea General del nombramiento del nuevo Secretario General, António Guterres. La Dependencia tuvo un papel decisivo en la producción de versiones en portugués de entrevistas y vídeos de las Naciones Unidas con el nuevo Secretario General y en la difusión de esas versiones en todo el sistema.

57. Durante el período sobre el que se informa se establecieron y reactivaron más de 25 alianzas, incluidos acuerdos con Rede HOPEM (“Hombres por el cambio”) en Mozambique, una red de medios de comunicación que promueve la eliminación de la violencia contra las mujeres y las niñas; la revista *Globo Rural*, dirigida a agricultores y el sector agrícola; y TV Globo Internacional, que transmite para televidentes de habla portuguesa que viven en el extranjero. El canal internacional llega a más de 400.000 hogares y tiene 3,4 millones de seguidores en los medios sociales.

58. La Dependencia de Ruso aumentó el uso de elementos multimedia, como vídeos, diapositivas y citas, como parte del proceso de actualización de la producción multimedia de noticias de las Naciones Unidas. La Dependencia proporcionó contenidos por medios tradicionales, con colaboradores en la Federación de Rusia, así como en Australia, Belarús, la República de Moldova y Ucrania. Cubrió extensamente una gama de cuestiones y temas, incluidos los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el cambio climático, la República Árabe Siria, el Yemen y los derechos humanos. Según sus colaboradores, sus reportajes sobre la mutilación genital femenina en las repúblicas postsoviéticas contribuyeron a generar interés sobre el tema y promover el debate público en la Federación de Rusia. La cobertura de la situación en Ucrania siguió suscitando interés en el público de la Dependencia, especialmente porque ahora no solo se incluyen noticias, reportajes y entrevistas, sino también fotografías y vídeos.

59. Además, las cuentas de la Dependencia de Ruso en los medios sociales tuvieron un crecimiento espectacular. Por ejemplo, solo en el mes de noviembre de 2016, el alcance de la cuenta de la Dependencia en Facebook aumentó en un 127%, los “me gusta” de las páginas aumentaron en un 63%, la interacción en los estados en un 128% y los vídeos vistos en un 245%. El número de seguidores de la cuenta en Twitter se duplicó con respecto al año anterior y la presencia de la Dependencia en VKontakte y en SoundCloud aumentó sustancialmente. En particular, tuvo gran trascendencia un proyecto sobre la Declaración Universal de Derechos Humanos, cuya serie completa de artículos se publicó en los medios sociales en los días previos a la conmemoración del Día de los Derechos Humanos el 10 de diciembre

de 2016. Los programas en ruso se convirtieron en una fuente importante de información sobre las Naciones Unidas en la región y sus materiales fueron utilizados por medios de comunicación rusos como RIA Novosti, Interfax y RT, así como por los principales sitios web de noticias de otros países postsoviéticos.

60. La producción de la Dependencia de Español despertó gran interés y logró más de 1.950 descargas diarias por usuarios de todo el mundo durante la serie de sesiones de alto nivel de la Asamblea General. En ese mismo período, el número de páginas vistas de su sitio web ascendió a 42.600. Las noticias sobre el proceso de paz en Colombia y el papel de las Naciones Unidas en ese proceso fueron de las que más interés suscitaron, junto con las relacionadas con grandes crisis mundiales, como el conflicto en la República Árabe Siria, la crisis de refugiados, el virus del Zika y la respuesta de las Naciones Unidas al cólera en Haití. Aumentó la producción de programas de audio en español y creció su audiencia. El promedio semanal de descargas alcanzó la cifra de 7.924 y el aumento en el uso de las plataformas de medios sociales, como Facebook Live, tuvo niveles récord de audiencia. Como parte de un enfoque más integrado, se emitió en directo por Facebook una serie de entrevistas a Jefes de Estado o de Gobierno hispanohablantes que habían asistido a la serie de sesiones de alto nivel de la Asamblea. Las plataformas de noticias de los medios sociales tuvieron un crecimiento enorme. El número de seguidores en Facebook, por ejemplo, aumentó un tercio en 11 meses.

## **E. Comunicados de prensa**

61. Como componente central de sus servicios de noticias, la Sección de Información sobre Reuniones, que forma parte del Departamento, brindó una cobertura rápida, precisa y exhaustiva de todas las reuniones intergubernamentales públicas y de una selección de conferencias de prensa celebradas en la Sede y otros lugares. Entre julio y diciembre de 2016, la Sección produjo 2.059 comunicados de prensa, que sumaron 10.007 páginas en francés e inglés. Estos comunicados pueden desglosarse en resúmenes de la cobertura de las reuniones (673), otros comunicados de prensa (1.162) y resúmenes y transcripciones de reuniones informativas y conferencias de prensa (224).

62. La información, que se suministró en versión impresa en la Sede y se distribuyó en línea y a través de los centros de información de las Naciones Unidas al público de todo el mundo, consistió en:

a) Un total de 411 comunicados de prensa referidos a la parte principal del período de sesiones de la Asamblea General, incluidas sesiones plenarias y reuniones de sus Comisiones Principales, que tuvieron lugar desde mediados de septiembre hasta diciembre de 2016;

b) Un total de 376 comunicados de prensa referidos al Consejo de Seguridad, incluidas las reuniones a nivel ministerial y los debates sustantivos sobre conflictos y crisis en numerosos países, así como la no proliferación de las armas nucleares, los tribunales penales internacionales, la protección de los civiles, la trata de personas, y declaraciones de prensa del Consejo;

c) Por lo menos 40 comunicados de prensa sobre el Consejo Económico y Social, incluida información sobre su período de sesiones sustantivo celebrado en la Sede en 2016;

d) Otros 1.162 comunicados de prensa, que incluyeron declaraciones, observaciones y mensajes del Secretario General y el Vicesecretario General, así como materiales de otras oficinas y departamentos de las Naciones Unidas.

#### Cuadro 1

#### Producción total de la Sección de Información sobre Reuniones

	<i>1 de julio a 31 de diciembre de 2016</i>		<i>Septuagésimo primer período de sesiones de la Asamblea General 14 de septiembre a 23 de diciembre de 2016</i>	
	<i>Núm. de CP</i>	<i>Núm. de páginas</i>	<i>Núm. de CP</i>	<i>Núm. de páginas</i>
Asamblea General	426	4 780	400	4 650
Consejo de Seguridad	200	1 729	156	1 433
Consejo Económico y Social	40	413	10	17
Otras reuniones	7	65	4	39
<b>Reuniones</b>	<b>673</b>	<b>6 987</b>	<b>570</b>	<b>6 139</b>
Asamblea General	15	34	11	11
Consejo de Seguridad	176	263	90	137
Consejo Económico y Social	0	0	0	0
Secretario General	783	1 102	531	768
Vicesecretario General	48	124	34	84
Otros comunicados	140	185	68	89
<b>Comunicados de prensa</b>	<b>1 162</b>	<b>1 708</b>	<b>734</b>	<b>1 089</b>
Comunicaciones de prensa cotidianas	212	1 283	128	787
Conferencias de prensa	12	29	6	15
<b>Reuniones informativas</b>	<b>224</b>	<b>1 312</b>	<b>134</b>	<b>802</b>
<b>Total</b>	<b>2 059</b>	<b>10 007</b>	<b>1 438</b>	<b>8 030</b>

### III. Sitio web de las Naciones Unidas

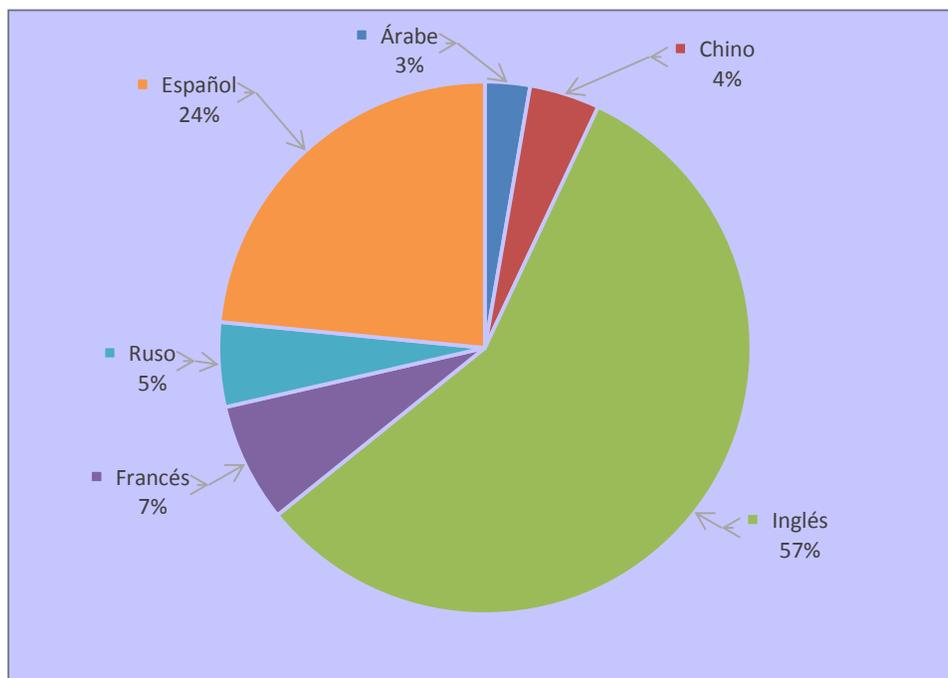
Cuadro 2

**Tráfico en los sitios web de las Naciones Unidas por idioma, 1 de enero a 29 de noviembre de 2016**

<i>Idioma</i>	<i>Sesiones</i>	<i>Usuarios</i>	<i>Páginas vistas</i>	<i>Páginas por sesión</i>
Árabe	1 657 144	1 149 470	3 754 619	2,27
Chino	2 150 650	1 618 697	5 860 906	2,73
Español	16 253 057	11 460 837	32 265 098	1,99
Francés	4 403 150	2 896 474	9 954 026	2,26
Inglés	32 937 203	20 048 970	78 721 447	2,39
Ruso	3 187 769	1 991 335	7 056 471	2,21
<b>Total</b>	<b>60 588 973</b>	<b>39 165 783</b>	<b>137 612 567</b>	<b>2,31</b>

Figura IV

**Páginas vistas de los sitios web de las Naciones Unidas por idioma, 1 de enero a 29 de noviembre de 2016**



63. Durante el período sobre el que se informa, el Departamento mejoró y aumentó el volumen de sus contenidos en los seis idiomas oficiales en el mega sitio web de las Naciones Unidas ([www.un.org](http://www.un.org)). El Departamento trabajó para imprimir a todo el sitio una identidad visual coherente y armonizada y para introducir nuevos elementos, como la interfaz para subir fotografías desde dispositivos móviles que

está disponible en el sitio web rediseñado del Presidente de la Asamblea General. En cumplimiento de su función de gestión de la gobernanza de los sitios web, el Departamento publicó normas sobre el multilingüismo en los sitios web que abarcaban todos los idiomas oficiales con el fin de llegar a un público más amplio. Se fortalecieron los acuerdos de asociación para la traducción al chino mediante el establecimiento de nuevas alianzas con tres universidades de China (la Universidad de Suzhou, la Universidad de Estudios Internacionales de Shanghai y la Universidad Normal del Este de China), para mejorar la paridad lingüística en los sitios web de las Naciones Unidas.

64. Se empezó a cubrir la celebración de nuevos días conmemorativos de las Naciones Unidas mediante la creación de nuevos sitios web en los seis idiomas oficiales. Estos días incluyen el Día Mundial de la Diabetes (14 de noviembre), el Día Mundial de Concienciación sobre los Sunamis (5 de noviembre), el Día Mundial en Recuerdo de las Víctimas de Accidentes de Tráfico (tercer domingo de noviembre) y el Día de la Aviación Civil Internacional (7 de diciembre). Asimismo, se actualizaron 20 sitios web existentes dedicados a días conmemorativos de las Naciones Unidas para reflejar la nueva identidad visual de los sitios web de las Naciones Unidas, que es compatible con los dispositivos móviles y totalmente accesible. La versión rediseñada y actualizada de la sección “Asuntos que nos importan” de [www.un.org](http://www.un.org), que explica en detalle el enfoque de la Organización con respecto a 18 cuestiones distintas del programa mundial, se pasó al nuevo diseño con los datos más recientes y mejores componentes multimedia e ilustraciones, incluidas infografías.

65. El Departamento prestó apoyo constante para que los principales órganos de las Naciones Unidas tuvieran una presencia en los sitios web. Se inauguró un sitio web de la Asamblea General con una nueva imagen a tiempo para el inicio del septuagésimo primer período de sesiones. El sitio es totalmente multilingüe y fue rediseñado para darle un formato apto para dispositivos móviles y compatible con la nueva imagen web de las Naciones Unidas. También se reinauguró el sitio web del Presidente de la Asamblea General con un diseño actualizado que brinda una mejor presentación de las principales prioridades del Presidente de la Asamblea, como la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y el proceso de nombramiento del Secretario General. Este último se reflejó también en el sitio web del Secretario General, que fue modificado considerablemente con la introducción de nuevos elementos digitales y de diseño, a la vez que se aseguró que se pudiera actualizar el contenido regularmente en múltiples idiomas. El Departamento también inauguró una nueva versión, plenamente rediseñada y multilingüe, del sitio web del Comité del Consejo de Seguridad establecido en virtud de la resolución [1540 \(2004\)](#).

#### **IV. Medios sociales (multilingüismo)**

66. Dada la creciente popularidad de los vídeos como fuente de mensajes digitales de las Naciones Unidas, el Departamento se siguió dedicando a la producción de contenidos en vídeo en todos los idiomas oficiales, en particular para su difusión en plataformas de medios sociales adecuadas para cada región. Por ejemplo, el canal en ruso de las Naciones Unidas en YouTube siguió registrando un fuerte crecimiento y

en los últimos 12 meses se triplicó el número de vídeos vistos. El canal en YouTube en español alcanzó la cifra récord de 3 millones de vídeos vistos, lo cual representa un aumento del 100% en los últimos 12 meses. Por su parte, el canal francés tuvo un crecimiento anual sostenido del 8% y alcanzó la cifra de 864.000 vídeos vistos.

67. El Departamento comenzó la transmisión en vivo de vídeos en plataformas sociales, lo cual resultó ser una forma popular de promoción digital de las Naciones Unidas. Por ejemplo, la emisión de los diálogos oficiales con los candidatos al puesto de Secretario General generó 25 millones de “me gusta” de los espectadores en esas plataformas. Se subieron más de 800 vídeos de corta duración a las aplicaciones para teléfonos inteligentes de Weishi, Miaopai y Meipai, que fueron vistos 800 millones de veces. Se subieron por lo menos 1.600 vídeos de las Naciones Unidas traducidos al chino a los canales de las Naciones Unidas en idioma chino en Youku, Tudou, Sina Video y Tencent Video, los cuales fueron vistos unos 52 millones de veces.

68. La actividad multilingüe del Departamento en los medios sociales sigue atrayendo considerable público. La cuenta oficial de Twitter de las Naciones Unidas en idioma árabe tuvo un crecimiento de más del 40% y alcanzó los 280.000 seguidores, mientras que también aumentaron los seguidores de la cuenta oficial de Facebook de las Naciones Unidas en idioma árabe, que hoy suman 376.000. En Sina Weibo, una plataforma popular de micropublicaciones (microblogging) en idioma chino, el canal de las Naciones Unidas tiene ahora más de 8 millones de seguidores, la cifra más alta de todas las cuentas de medios sociales de las Naciones Unidas. Además, la cuenta de las Naciones Unidas en WeChat tiene actualmente más de 347.000 suscriptores.

69. Los medios sociales en francés están creciendo a un ritmo anual de alrededor del 5%. La cuenta insignia de Twitter de las Naciones Unidas en francés tiene hoy más de 111.000 seguidores y la cuenta de Facebook tiene por lo menos 263.000 seguidores francófonos. La cuenta de Twitter en español alcanzó los 672.000 seguidores, lo que supone un aumento anual del 26,7%, y la cuenta de Facebook en español llegó a los 355.179 seguidores, un aumento anual del 15%.

## V. Otros servicios

### **Servicios prestados a los medios de comunicación: acreditación y enlace con los medios de información**

70. Entre agosto y diciembre de 2016, la Dependencia de Acreditación y Enlace con los Medios de Información del Departamento tramitó aproximadamente 4.200 solicitudes de acreditación para cubrir actividades celebradas en la Sede, incluido el debate general de la Asamblea General en su septuagésimo primer período de sesiones, la reunión de alto nivel de la Asamblea General sobre la respuesta a los grandes desplazamientos de refugiados y migrantes y otras actividades de alto nivel. La Dependencia también procesó más de 300 solicitudes de acreditación de medios de comunicación para cubrir la Conferencia Mundial sobre el Transporte Sostenible.

71. Entre agosto y diciembre, la Dependencia de Acreditación y Enlace con los Medios de Información proporcionó información y prestó asistencia logística para

más de 200 encuentros informales con la prensa y reuniones informativas para la prensa, a los que asistieron cerca de 2.800 periodistas. Facilitó la cobertura de los medios de comunicación en más de 150 reuniones bilaterales y dio oportunidades para fotografiar al Secretario General. La Dependencia también distribuyó información y documentos importantes a representantes de la prensa y otros clientes por correo electrónico y su cuenta de Twitter, que actualmente tiene unos 37.000 seguidores.

72. Habida cuenta de la constante necesidad de apoyar a los órganos de prensa que informan sobre las Naciones Unidas, se inauguró un nuevo sitio web de la Dependencia de Acreditación y Enlace con los Medios de Información. El sitio es totalmente multilingüe, compatible con dispositivos móviles y su imagen se ajusta a la identidad web más reciente de las Naciones Unidas. A fin de simplificar el proceso de solicitud de acreditación, el Departamento colaboró con el Departamento de la Asamblea General y de Gestión de Conferencias para ampliar las capacidades del sistema de acreditación electrónica. Ello llevó a que el proceso de acreditación de los medios de comunicación pasara a ser totalmente en línea.

### **Seguimiento de noticias**

73. Con el fin de aportar datos y brindar orientaciones para la labor de toda la Organización, el Departamento hizo un seguimiento de las noticias publicadas por los medios de comunicación de todo el mundo sobre las Naciones Unidas y las principales cuestiones internacionales relacionadas con su misión. El Secretario General, los altos funcionarios y el personal de la Secretaría reciben recortes de prensa y boletines de noticias diarios sobre los últimos acontecimientos en el mundo. Esos materiales también se publican en iSeek.

74. El Departamento está revisando sus productos de seguimiento de noticias y la tecnología que los sustenta para hacerlos más pertinentes y oportunos y brindar acceso remoto en diversas plataformas fuera de la oficina y sobre el terreno.

### **Alianzas**

75. Durante el período sobre el que se informa, el Departamento estableció alianzas con dos compañías aéreas, Finnair y Xiamen Airlines. Ambas incluirán las emisiones de la Televisión de las Naciones Unidas y otros productos de medios de comunicación de las Naciones Unidas en su oferta de entretenimiento a bordo. Xiamen Airlines también acordó que emitirá material producido por las Naciones Unidas en sus salas de los aeropuertos, incluirá contenidos de las Naciones Unidas en su revista de a bordo y pintará una de sus aeronaves más nuevas con una imagen que refleje su apoyo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Además, el Departamento se asoció con la Universidad Iberoamericana de México (IBERO) para producir una versión de *21st Century* en español, lo cual permitirá al Departamento llegar a públicos nuevos en regiones de habla hispana. El Departamento sigue estudiando distintas vías para coproducir versiones de los programas de la Televisión de las Naciones Unidas en otros idiomas, incluidos árabe y ruso.

## VI. Conclusión

76. El Departamento seguirá revisando sus servicios de noticias y medios de comunicación para garantizar el más alto nivel de calidad y mantener una producción periodística oportuna, precisa y equilibrada en los seis idiomas oficiales, así como en portugués y suajili. El Departamento continuará adaptando sus productos y servicios para reflejar los cambios en las normas del sector y los hábitos de consumo, sin perder de vista que en muchas partes del mundo los medios de comunicación tradicionales siguen siendo una fuente importante de información.

77. El Departamento ya ha avanzado muchísimo en la armonización de sus equipos de noticias en todos los idiomas para lograr el mayor efecto posible en sus públicos y seguir promoviendo el multilingüismo. Los productos de radio y televisión se han adaptado a nuevos formatos y se comparten en plataformas de medios de comunicación tanto tradicionales como nuevas, para llegar a un público lo más amplio posible.

78. Los resultados del estudio que realizó recientemente el Departamento para medir las repercusiones en el público confirmaron que muchos de sus productos suelen ser la única fuente de información disponible sobre la labor de la Organización en algunos países y zonas, y que los programas deben ajustarse a la forma en que se consumen las noticias así como a la programación de los asociados, para lograr segmentos más cortos que sean informativos y atractivos. El Departamento seguirá analizando las recomendaciones surgidas del estudio, así como las sugerencias recibidas de las emisoras asociadas, a fin de que sus productos sigan siendo útiles y pertinentes, y a la vez establecerá nuevas alianzas para ampliar el alcance de sus contenidos de noticias y medios de comunicación y llegar a nuevos públicos.

79. La digitalización de los archivos audiovisuales de la Organización está en una etapa avanzada y sigue siendo muy importante para el Departamento. A fin de encontrar los medios más eficaces para preservar esta valiosa colección, el Departamento ha estudiado las mejores prácticas de otras instituciones reconocidas por su experiencia en técnicas de preservación y archivo.