Naciones Unidas A/AC.198/2020/3

Asamblea General

Distr. general
10 de febrero de 2020
Español
Original: inglés

Comité de Información
42º período de sesiones
27 de abril a 8 de mayo de 2020
Tema 7 del programa provisional*
Examen de los informes presentados por el Secretario General

Actividades del Departamento de Comunicación Global: servicios de noticias

Informe del Secretario General

Resumen

En el presente informe, preparado con arreglo a la resolución 74/92 B de la Asamblea General, se resumen los principales avances logrados por el Departamento de Comunicación Global entre julio de 2019 y enero de 2020 en la promoción de la labor de las Naciones Unidas a nivel mundial por medio de sus servicios de noticias.

El subprograma de servicios de noticias, que es uno de los tres subprogramas del Departamento y que ejecuta la División de Noticias y Medios de Información, tiene por objetivo apoyar a las Naciones Unidas con productos de información de alta calidad, pertinentes y oportunos sobre la labor y las prioridades 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. La División también administra el sitio web de las Naciones Unidas y las bibliotecas audiovisuales y fotográficas históricas de la Organización, y proporciona una amplia gama de productos y servicios de información.

Las actividades que se realizan en relación con 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 sendos informes del Secretario General (A/AC.198/2020/2 y A/AC.198/2020/4).

* A/AC.198/2020/1.

I. Introducción

1. En su resolución 74/92 B, la Asamblea General tomó nota de los informes del Secretario General sobre las actividades del Departamento de Comunicación Global, que se presentaron al Comité de Información para que los examinara en su 41er período de sesiones (A/AC.198/2019/2, A/AC.198/2019/3 y A/AC.198/2019/4), y solicitó al Secretario General que siguiera informando al Comité sobre las actividades del Departamento.

2. En el presente informe, el Departamento facilita la información solicitada sobre los servicios de noticias.

3. En el informe se hace referencia a los servicios prestados por la División de Noticias y Medios de Información del Departamento de Comunicación Global y se pone especial énfasis en la producción multimedia multilingüe y las reformas en curso que han permitido llegar a un público más amplio de más lugares. El Departamento está utilizando múltiples plataformas para interactuar con los jóvenes, comunicar las cuestiones prioritarias de la Organización y empoderar a las personas para que entren en acción mediante la información, a través de los medios sociales, Internet, vídeo, fotografía, publicaciones impresas, televisión y radio. También ha incorporado el uso del multilingüismo en los sitios web gestionados por el Departamento y en otros contenidos que produce para plataformas tanto digitales como tradicionales.

II. Panorama general

4. El Departamento de Comunicación Global produce y distribuye noticias y productos informativos oportunos, precisos y equilibrados para el público de todo el mundo y los asociados de los medios de comunicación, que incluyen plataformas de audio, impresas, de televisión y digitales, en los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas, así como en portugués y suajili. A raíz de las contribuciones extrapresupuestarias recibidas del Gobierno de la India, el Departamento ha añadido el hindi como idioma en el que presta un servicio multimedia completo, y en abril de 2018 se puso en marcha un programa piloto. A la hora de gestionar y distribuir sus productos y servicios de noticias, el Departamento se adhiere a las prioridades y la orientación del Comité de Información, en particular realizando periódicamente evaluaciones y estudios del impacto, produciendo materiales en formatos adaptados a públicos diversos y formando alianzas con organizaciones de medios de comunicación y otros amplificadores para fortalecer el apoyo a las actividades de la Organización, con la mayor transparencia.

5. En el último año, desde el 41er período de sesiones del Comité, el Departamento ha mantenido su firme compromiso con el multilingüismo en todas sus plataformas y ha velado por que la utilización de tecnologías nuevas e incipientes no eclipse el uso de las herramientas tradicionales de comunicación, como la radio, la programación de audio, la televisión y el vídeo, en formatos que facilitan el acceso de las emisoras más pequeñas. El Departamento también redobló sus esfuerzos por comunicarse con un público más joven produciendo contenidos innovadores y distribuyéndolos, utilizando medios de comunicación tanto tradicionales como nuevos.

III. Medios digitales

A. Sitio web de las Naciones Unidas

6. El número de visitas al sitio web principal de las Naciones Unidas (www.un.org) siguió creciendo, lo que demostró un interés cada vez más profundo en la labor de la Organización a lo largo de 2019.

7. En los diez primeros meses del año, un.org recibió más visitantes que vieron más páginas y pasaron más tiempo en el sitio web que nunca antes durante los períodos correspondientes de diez meses desde 2009, cuando las Naciones Unidas comenzaron a reunir datos sobre la audiencia de su sitio web utilizando Google Analytics.

8. Entre el 1 de enero y el 31 de octubre de 2019, un.org llegó a más de 47,8 millones de usuarios en los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas, lo que representa un aumento de más del 26 % frente al mismo período de 2018 (véase la fig. 1). Durante el mismo período, también aumentó el interés del público en un.org, ya que el sitio registró más de 154 millones de páginas vistas, lo que equivale a un aumento de casi 20 millones de páginas vistas respecto del período correspondiente de 2018, es decir un incremento de más del 14 % (véase la fig. 2). Asimismo, quienes visitaron un.org permanecieron en el sitio más tiempo que en 2018, y la duración total de las visitas durante el año hasta el 31 de octubre de 2019 fue de 3,3 millones de horas, frente a los 2,8 millones de horas durante el mismo período de 2018 (véase la fig. 3).

Figura 1
Audiencia (de enero a octubre)

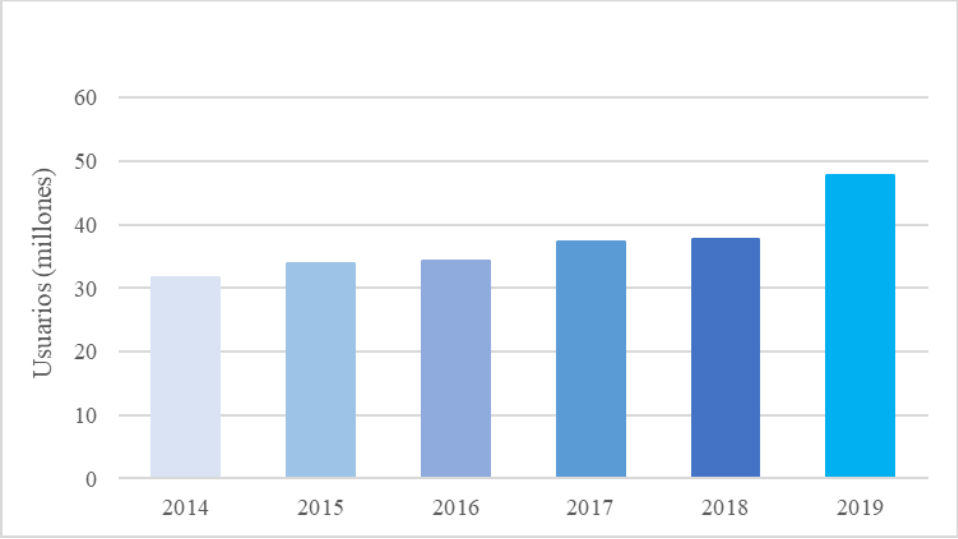


Figura 2
Participación medida en términos de páginas vistas (de enero a octubre)

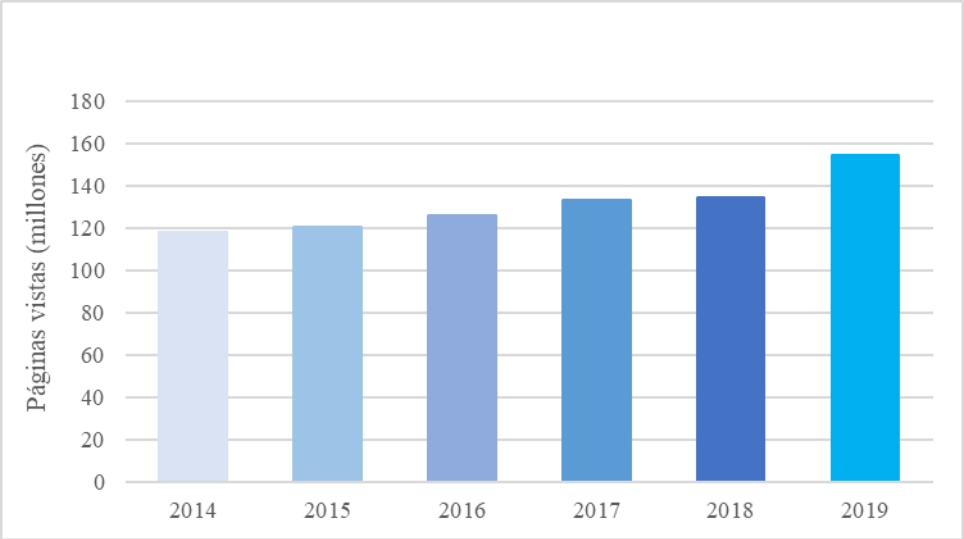
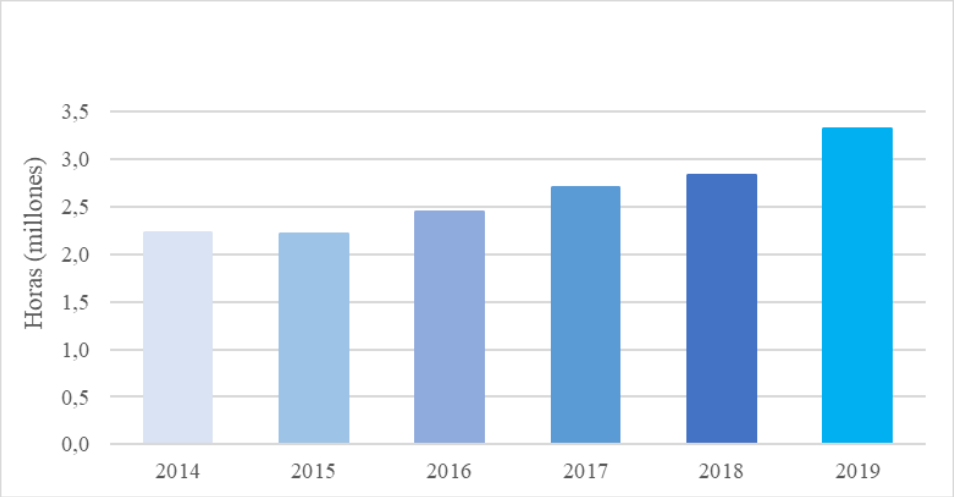


Figura 3
Participación medida en términos de duración de las visitas (de enero a octubre)

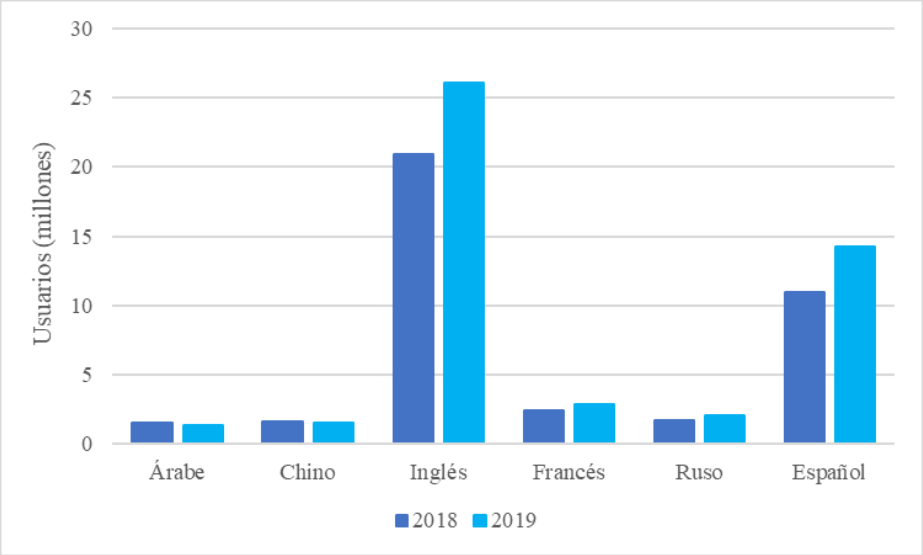


9. Entre los temas de un.org que impulsaron el alto crecimiento de la audiencia en el sitio web, cabe mencionar:

- “Asuntos que nos importan”, que tuvo un crecimiento del 99,2 % en las páginas vistas
- “Cambio climático”, que tuvo un crecimiento del 1.052,2 % en las páginas vistas
- “Objetivos de Desarrollo Sostenible”, que tuvo un crecimiento del 55,5 % en las páginas vistas

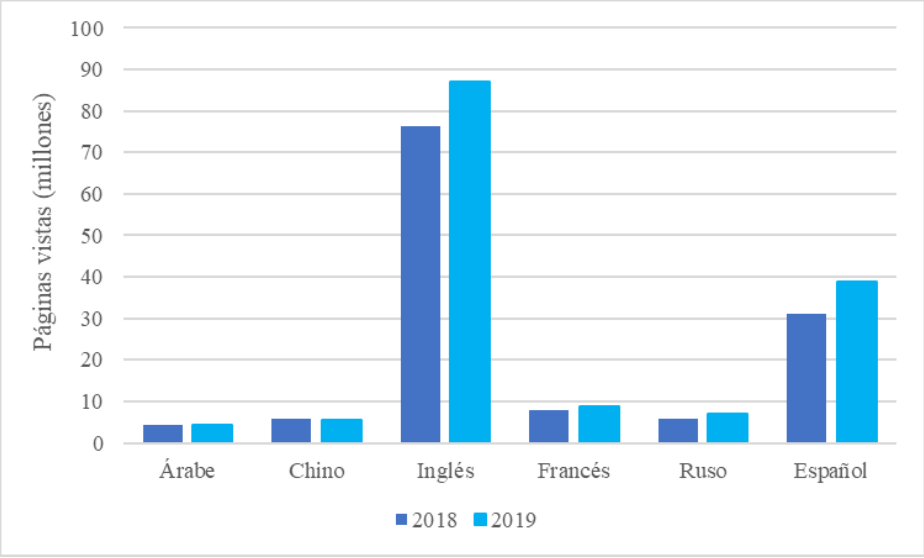
10. El crecimiento del alcance fue más notable en las versiones en inglés y español del sitio web. En conjunto, sumaron más de 8,5 millones de usuarios durante los primeros diez meses de 2019 (véase la fig. 4).

Figura 4
Alcance total por idioma (de enero a octubre)



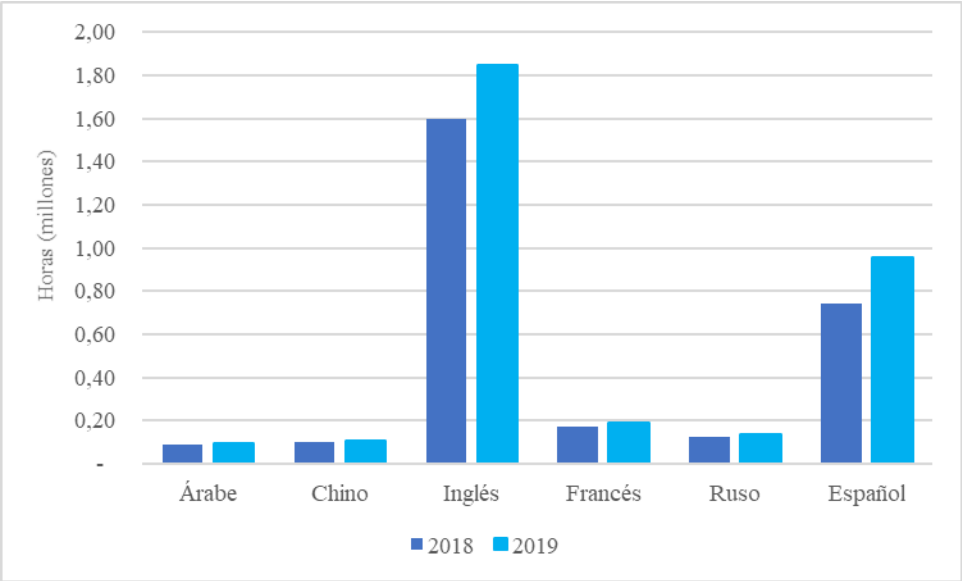
11. El crecimiento de la participación general, medido en páginas vistas, se mantuvo estable (véase la fig. 5). Las versiones del sitio web en español y ruso registraron los mayores aumentos proporcionales de páginas vistas, con un 24 % en el caso del español y un 17 % en el del ruso.

Figura 5
Participación por idioma medida en términos de páginas vistas (de enero a octubre)



12. Se produjo un aumento de la participación del público en todos los idiomas en cuanto al tiempo que los usuarios permanecieron en el sitio (véase la fig. 6). Los mayores aumentos proporcionales se observaron en el caso del español, con un 28 % de incremento en el número total de horas, y en el del inglés, con un incremento del 15 %.

Figura 6
Participación por idioma medida en términos de duración de las visitas (de enero a octubre)



13. Las versiones del sitio web en inglés y en español continuaron atrayendo la mayor parte de la audiencia total, y ambas aumentaron su cuota de audiencia durante los primeros diez meses de 2019 (véanse las figuras 7 y 8).

Figura 7
Cuota de audiencia por idioma (de enero a octubre de 2018)

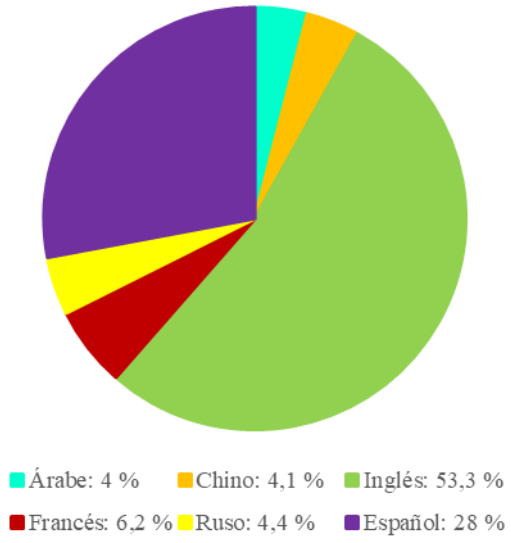
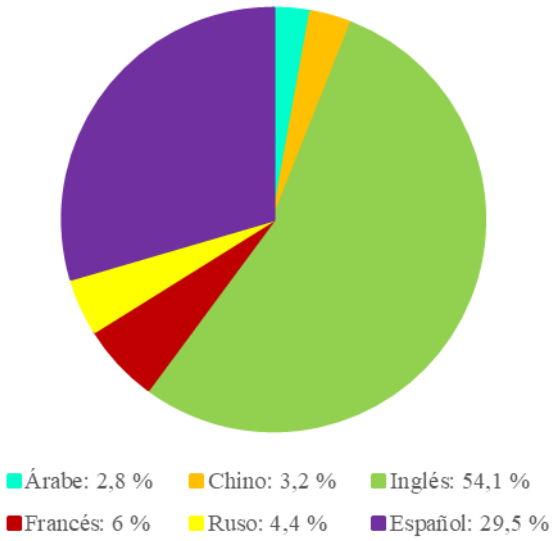


Figura 8
Cuota de audiencia por idioma (de enero a octubre de 2019)



14. El Departamento presentó un nuevo diseño de la página de inicio en los seis idiomas oficiales en septiembre de 2019. Como portal principal de las Naciones Unidas, la página de inicio de un.org establece la norma para la identidad digital de la Organización. Refleja todo el alcance de la labor de las Naciones Unidas y cumple

los más altos estándares de paridad lingüística, accesibilidad y facilidad de uso. La nueva página de inicio de un.org ofrece una experiencia más estimulante y atractiva. Se basa en una arquitectura de información más intuitiva que permite a los visitantes encontrar los contenidos de forma rápida y fácil y dar con el contenido que se ajuste a sus intereses.

15. En el marco del nuevo diseño de la página de inicio de un.org, se ha desarrollado en cooperación con la Oficina de Tecnología de la Información y las Comunicaciones una plataforma tecnológica más avanzada, conocida como UN-2. Esa plataforma crea un enfoque más eficiente y uniforme para el alojamiento y el diseño de los sitios web y se está utilizando para otros sitios y páginas, como los destinados a las celebraciones, conferencias, campañas y actividades de comunicación de las Naciones Unidas.

16. Durante el período sobre el que se informa, el Departamento también elaboró y puso en marcha varios sitios y páginas web multilingües dentro de un.org, en consonancia con las prioridades estratégicas en materia de comunicación. Entre ellos figura un sitio web dedicado a promover y mejorar el acceso a la ciencia, la tecnología y la innovación en los países menos adelantados del mundo (www.un.org/technologybank).

17. Para dar a conocer la Estrategia de las Naciones Unidas para la Inclusión de la Discapacidad, se creó un sitio web en los seis idiomas oficiales en el que se explica la Estrategia en todos los formatos accesibles a las personas con discapacidad y se informan los puntos de referencia utilizados para evaluar los progresos y acelerar los cambios en relación con la inclusión de la discapacidad (www.un.org/es/content/disabilitystrategy).

18. Durante el período examinado, se puso en marcha un sitio web multilingüe totalmente rediseñado de la Oficina de Lucha contra el Terrorismo (www.un.org/en/counterterrorism). También se lanzaron sitios web nuevos para la Oficina de Ética (www.un.org/es/ethics) y la Oficina de Administración de Justicia (www.un.org/es/internaljustice/oaj). Además, se puso en marcha un portal multilingüe dedicado a las cinco cumbres que se celebraron al comienzo de la semana de alto nivel de la Asamblea General (www.un.org/es/summits2019). El portal fue el lugar central en línea donde se publicó información sobre las cumbres. Para acompañarlo, se lanzó un sitio web que promueve la acción individual sobre el cambio climático en el marco de la campaña Actúa Ahora (www.un.org/en/actnow).

19. En el mismo período, se crearon sitios web de campaña con los títulos “A4P: Nuestros objetivos principales para el mantenimiento de la paz” (para la iniciativa Acción para el Mantenimiento de la Paz, disponible en www.un.org/es/A4P), “La salud mental es importante: una fuerza de trabajo sana para un mundo mejor” (www.un.org/en/healthy-workforce) y “Código de conducta de las Naciones Unidas” (www.un.org/es/content/codeofconduct). El sitio sobre la prevención de la explotación y los abusos sexuales se mejoró con gráficos interactivos en los que se muestran datos sobre la presentación de denuncias en todo el sistema de las Naciones Unidas (www.un.org/preventing-sexual-exploitation-and-abuse/es/content/data-allegations-un-system-wide).

20. Asimismo, se rediseñó completamente el sitio del programa de divulgación titulado “El genocidio en Rwanda y las Naciones Unidas” y se enriqueció con recursos multimedia (www.un.org/es/preventgenocide/rwanda).

21. Se lanzaron sitios web de nueve días de conmemoración nuevos de las Naciones Unidas, en los seis idiomas oficiales:

- Día Mundial del Braille (4 de enero): www.un.org/es/observances/braille-day

- Día Internacional de la Educación (24 de enero): www.un.org/es/observances/education-day
- Día Mundial de las Legumbres (10 de febrero): www.un.org/es/observances/world-pulses-day
- Día Internacional del Multilateralismo y la Diplomacia para la Paz (24 de abril): www.un.org/es/events/diplomacyday
- Día Internacional del Delegado (25 de abril): www.un.org/es/events/delegatesday
- Día Mundial de la Inocuidad de los Alimentos (7 de junio): www.un.org/es/events/foodsafetyday
- Día Internacional de la Celebración del Solsticio (21 de junio): www.un.org/es/events/solsticeday
- Día Internacional de Conmemoración de las Víctimas de Actos de Violencia Motivados por la Religión o las Creencias (22 de agosto): www.un.org/es/events/victimsofreligiousviolenceday/
- Día Internacional del Acceso Universal a la Información (28 de septiembre): www.un.org/en/events/informationaccessday.

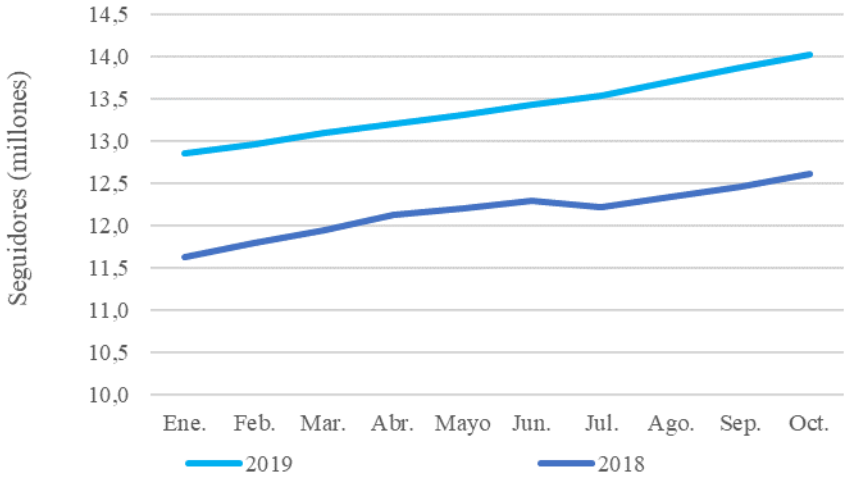
22. Para apoyar la celebración del próximo 75º aniversario de las Naciones Unidas, el Departamento puso en marcha un sitio web con mucha información básica y herramientas para que los interesados se sumen a la conversación mundial (www.un.org/es/un75). También se crearon sitios web para dos importantes conferencias de las Naciones Unidas que se celebrarán en 2020, a saber, la Conferencia Mundial sobre el Transporte Sostenible, que tendrá lugar en Beijing del 5 al 7 de mayo de 2020 (www.un.org/es/conferences/transport2020), y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre los Océanos, que se celebrará en Lisboa del 2 al 6 de julio de 2020 (www.un.org/es/conferences/ocean2020). Los tres sitios web se desplegaron utilizando la nueva plataforma UN-2.

B. Medios sociales

23. El Departamento siguió interactuando con sus seguidores en los medios sociales y proporcionando información actualizada de manera oportuna en los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas y en portugués y suajili sobre la labor y las prioridades de la Organización en las principales plataformas mundiales de medios sociales. Se logró un crecimiento constante de la audiencia en todos los idiomas y en todas las plataformas de comunicación influyentes y ampliamente vistas, como Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Snapchat, Flickr, VKontakte, WeChat y Sina Weibo.

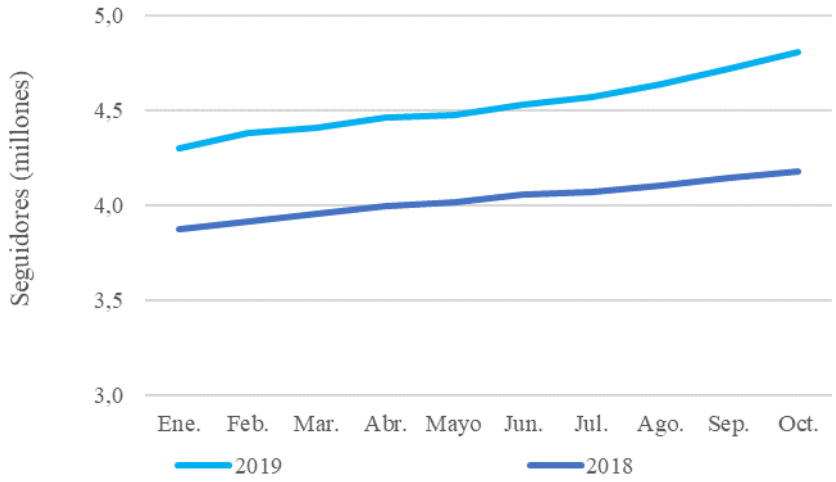
24. El número total de seguidores de las cuentas institucionales de Twitter, sumando todos los idiomas, alcanzó poco más de 14 millones en octubre de 2019. En el año transcurrido desde octubre de 2018 se sumaron casi 2 millones de seguidores nuevos (véase la fig. 9).

Figura 9
Twitter, número de seguidores (todos los idiomas)



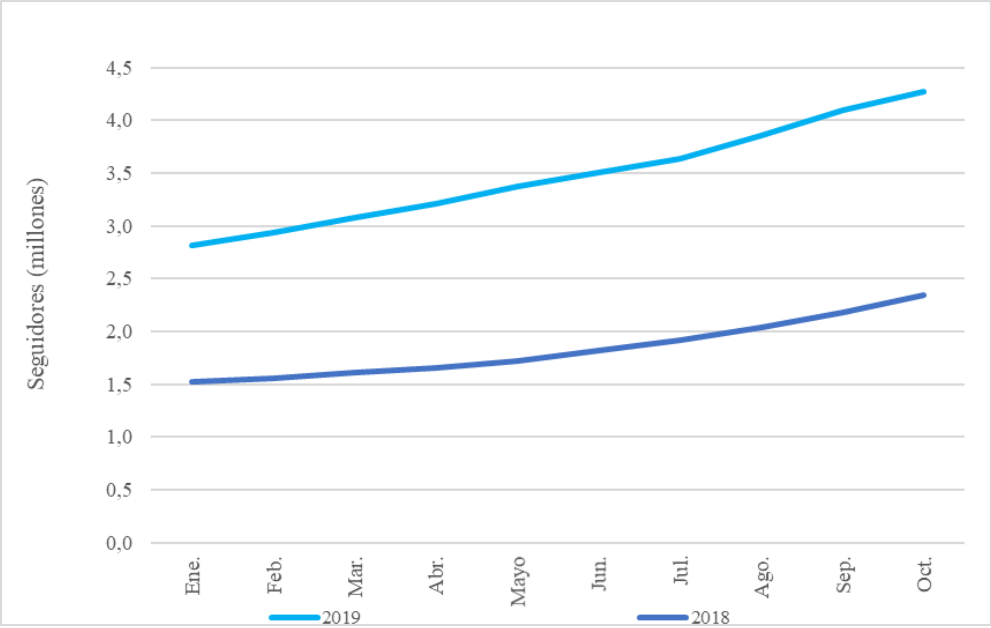
25. El número de seguidores de todas las cuentas institucionales de Facebook en todos los idiomas aumentó en más de 600.000 en el mismo año y alcanzó los 4,8 millones (véase la fig. 10).

Figura 10
Facebook, número de seguidores (todos los idiomas)



26. Entre las principales plataformas mundiales de medios sociales, el crecimiento más notable se registró en Instagram, donde entre octubre de 2018 y octubre de 2019 el número de seguidores de la cuenta institucional aumentó en casi 2 millones hasta llegar a 4,28 millones en todos los idiomas, lo que representa un incremento de más del 80 % en 12 meses (véase la fig. 11).

Figura 11
Instagram, número de seguidores (todos los idiomas)



27. Entre las publicaciones multilingües en medios sociales más vistas durante el período que abarca el informe figuran las que versaban sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la crisis climática, la igualdad entre los géneros, los derechos humanos (en particular el discurso de odio y la discriminación), los refugiados y los migrantes, así como la labor de las Naciones Unidas en pro de la paz en situaciones de conflicto. Crear conciencia de los efectos de los Estados Miembros en las operaciones de mantenimiento de la paz de las Naciones Unidas y de sus contribuciones a ellas fue una prioridad constante.

28. El Departamento mantuvo contactos periódicos con representantes de Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, Sina Weibo y otras plataformas para encontrar formas de maximizar su alcance e impacto mundiales sin costo adicional en las plataformas de medios sociales. Entre ellas figuraban el acceso a funciones y herramientas especiales, alianzas con personas influyentes en los medios sociales y asesoramiento sobre las mejores prácticas. Por ejemplo, en agosto, Facebook celebró una “cumbre” con los principales contactos de los medios sociales de las Naciones Unidas sobre las mejores maneras de crear contenidos específicos para llegar a destinatarios clave.

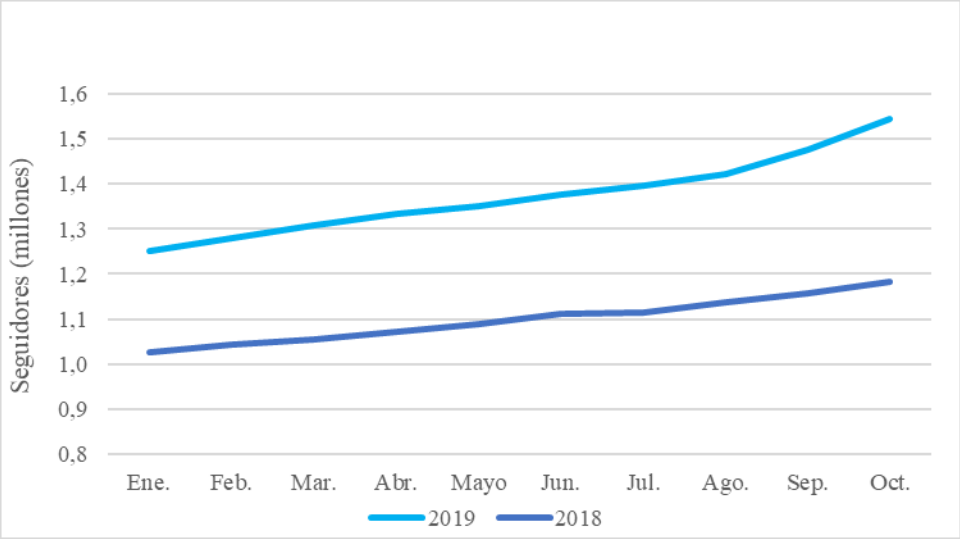
29. Durante la semana de alto nivel de la Asamblea General, distintos representantes de Facebook e Instagram ayudaron al Equipo de Medios Sociales a gestionar el espacio vip de medios sociales donde líderes mundiales y participantes de alto nivel crearon contenido para Facebook, Twitter e Instagram. Se crearon contenidos únicos en los que se destacaban las prioridades de la Organización y de los líderes presentes.

30. Durante la semana de alto nivel, el contenido multilingüe de Twitter, Facebook e Instagram en conjunto alcanzó 9,4 millones de interacciones, lo que supone un aumento de más del 280 % respecto de la semana de alto nivel de la Asamblea General en 2018.

31. En 2019, Twitter se convirtió en la plataforma más seguida de las cuentas de la Organización en árabe, con el crecimiento más rápido del número total de seguidores entre las tres plataformas. En julio de 2019, Twitter superó a Facebook como la principal plataforma en árabe. Entre agosto y octubre de 2019, la tasa de crecimiento

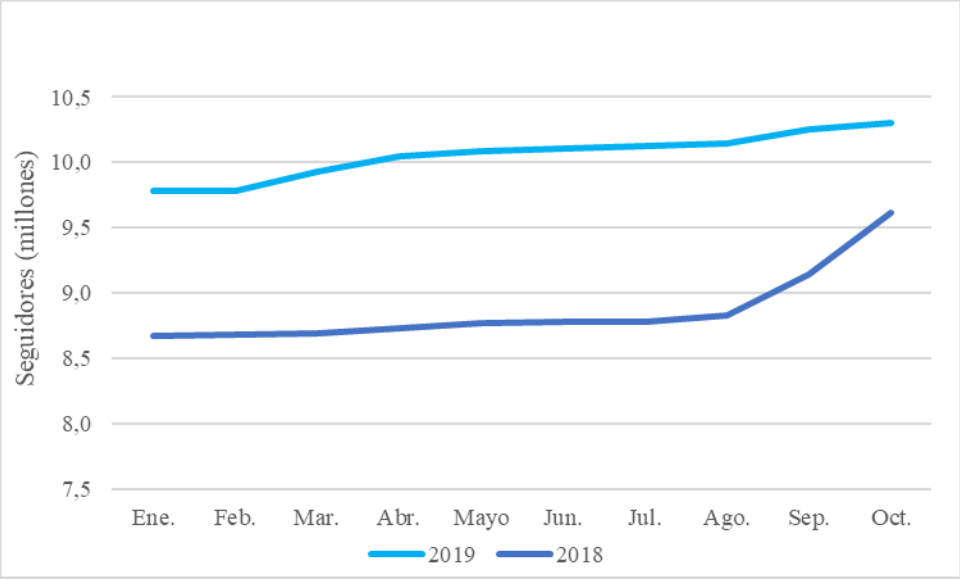
de los contenidos en árabe en Twitter aumentó considerablemente, lo que ocasionó un marcado cambio en la trayectoria general de crecimiento (véase la fig. 12).

Figura 12
Twitter, Facebook e Instagram, número de seguidores (árabe)



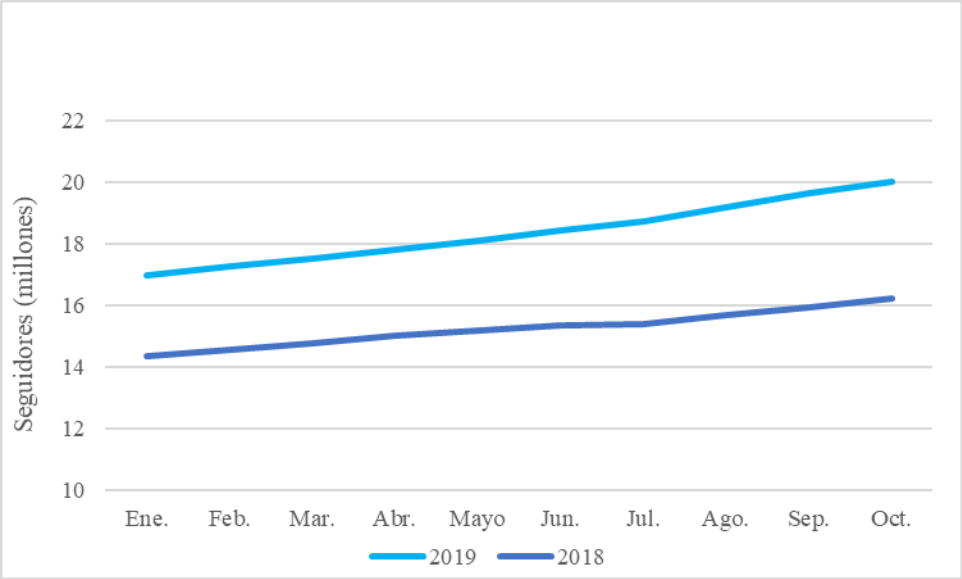
32. Los contenidos en chino en los medios sociales siguieron atrayendo al segundo mayor número de seguidores (véase la fig. 13). Mientras que Sina Weibo continuó acaparando la mayor parte de la audiencia general en los medios sociales, WeChat experimentó un aumento considerable en los diez meses anteriores a octubre de 2019. La cuenta de las Naciones Unidas obtuvo casi 30.000 seguidores nuevos, frente a 9.000 durante el mismo período de 2018.

Figura 13
Sina Weibo y WeChat, número de seguidores (chino)



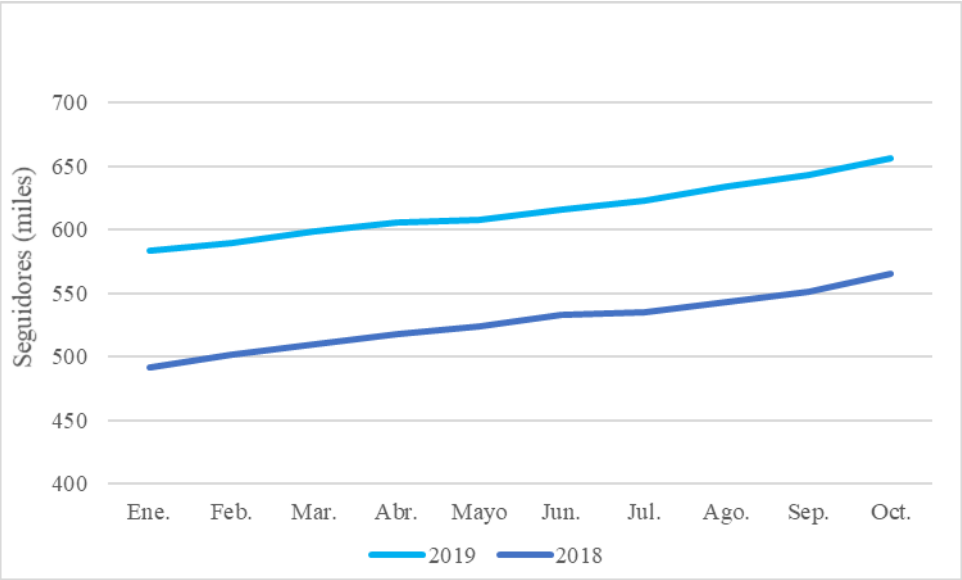
33. De todas las cuentas de medios sociales de las Naciones Unidas, las cuentas en inglés siguieron mostrando tasas de crecimiento sostenidas y atrajeron a la mayor audiencia (véase la fig. 14). Twitter siguió siendo la mayor plataforma de las Naciones Unidas, con 11,5 millones de seguidores. Durante 2019, el número de seguidores en Instagram creció significativamente en casi 1,2 millones en los diez meses anteriores a octubre de 2019, frente a los poco más de 600.000 seguidores nuevos durante el período correspondiente de 2018.

Figura 14
Twitter, Facebook, Instagram y Snapchat, número de seguidores (inglés)



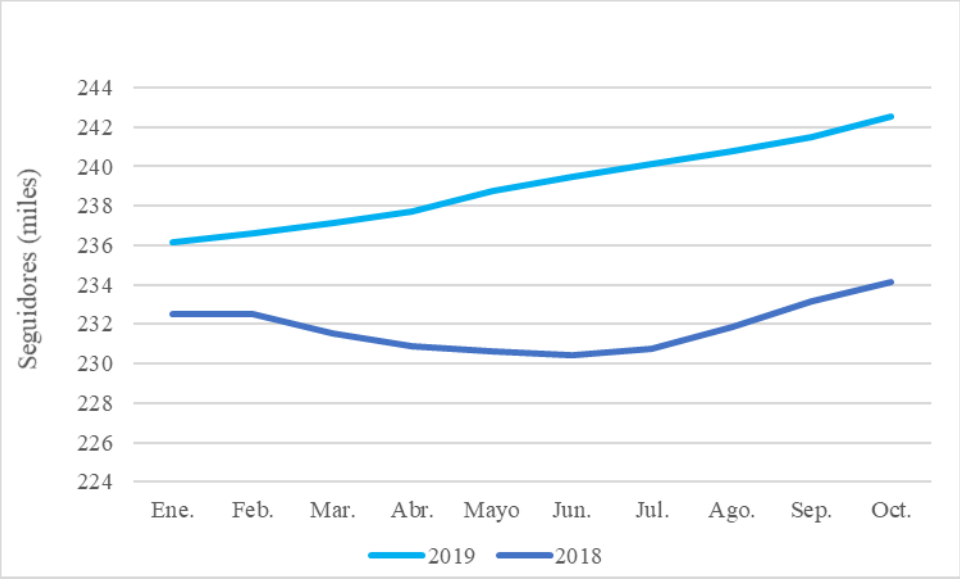
34. En francés, el crecimiento del número de seguidores fue constante durante los diez meses anteriores a octubre de 2019, con una trayectoria general de crecimiento paralela a la del mismo período de 2018 (véase la fig. 15). Facebook siguió atrayendo el mayor número de seguidores. Las tasas de seguimiento de Twitter están creciendo rápidamente.

Figura 15
Twitter, Facebook e Instagram, número de seguidores (francés)



35. Si bien las mayores audiencias de medios sociales en suajili siguieron encontrándose en Facebook, las tasas de crecimiento generales fueron mayores en Twitter e Instagram. En octubre de 2019, el número de seguidores en Instagram era el doble que en octubre de 2018, y se observó un aumento sostenido del público en todas las cuentas institucionales en suajili (véase la fig. 16).

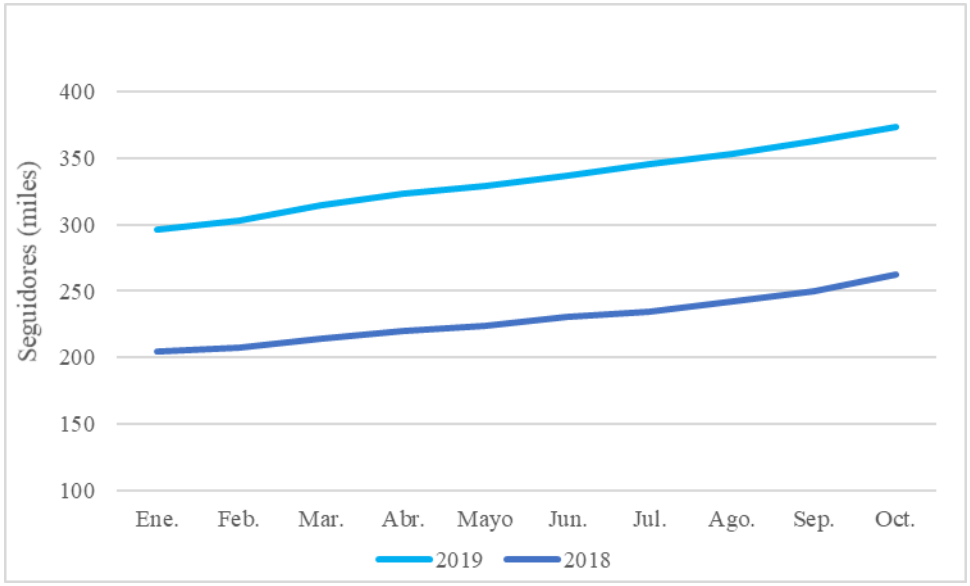
Figura 16
Twitter, Facebook e Instagram, número de seguidores (suajili)



36. Aunque Facebook sigue siendo la mayor plataforma para el público de los medios sociales de las Naciones Unidas en portugués, la cuenta de Instagram ha experimentado un crecimiento considerable en 2019: el número de seguidores en

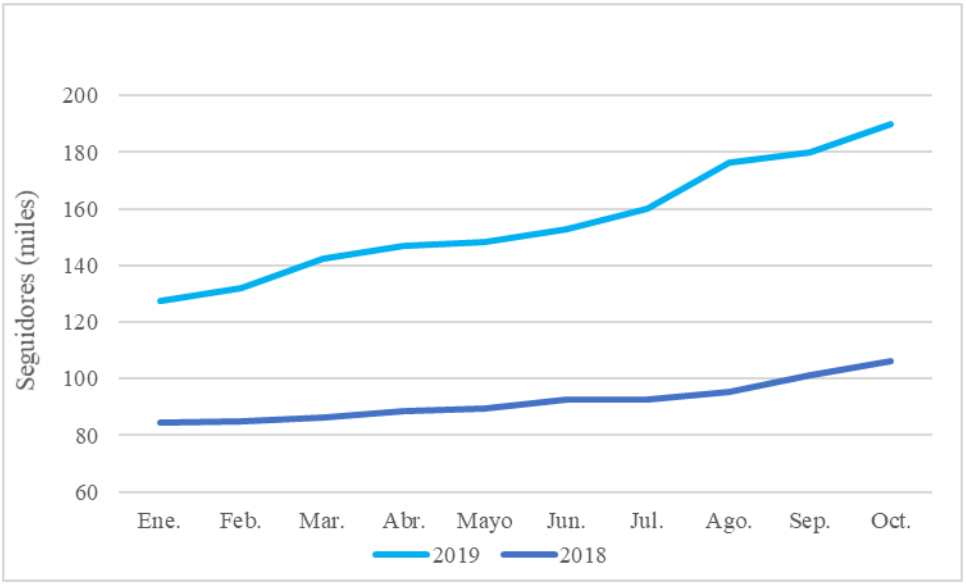
octubre de 2019 era casi un 200 % mayor que en octubre de 2018. Las tasas generales de audiencia siguieron aumentando en todas las cuentas (véase la fig. 17).

Figura 17
Twitter, Facebook e Instagram, número de seguidores (portugués)



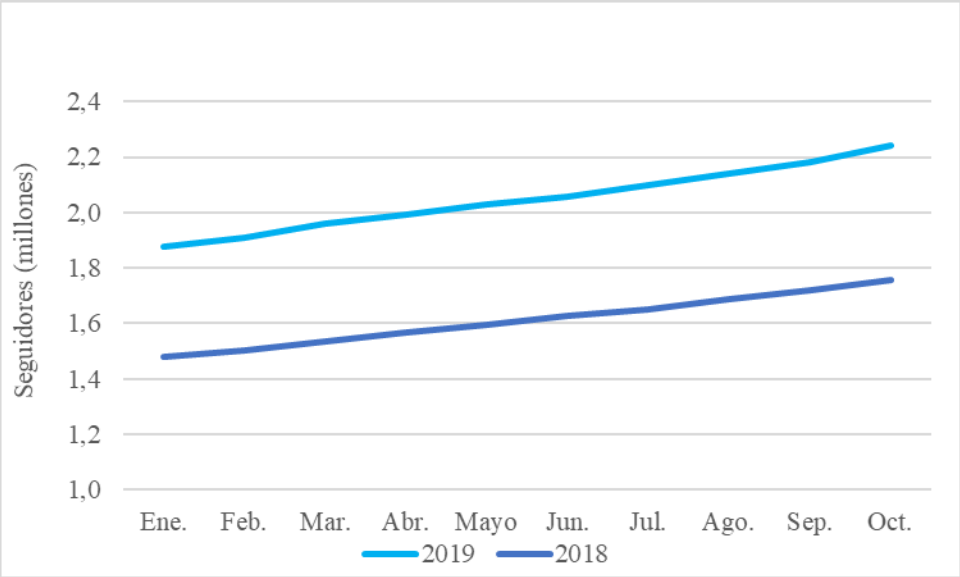
37. En el caso del ruso, hubo un crecimiento de la audiencia en todas las plataformas (véase la fig. 18). La mayor audiencia siguió encontrándose en Facebook y el número de seguidores en esa plataforma en octubre de 2019 era más del doble que en octubre del año anterior. En 2019 también hubo un aumento importante en el número de seguidores en Instagram.

Figura 18
Twitter, Facebook, Instagram y VKontakte, número de seguidores (ruso)



38. La mayor plataforma de las Naciones Unidas en español sigue siendo Twitter, donde la audiencia continúa creciendo de manera constante. En octubre de 2019, el número de seguidores creció en 200.000 en comparación con el mismo mes de 2018 y alcanzó los 1,3 millones. En el caso de la cuenta en Instagram, que se lanzó en agosto de 2017, el número de seguidores inició su crecimiento desde un nivel mucho más bajo. No obstante, la tasa de crecimiento de Instagram es buena, con un público en octubre de 2019 que se acercaba a los 310.000 seguidores, lo que representa un aumento de más del 154 % respecto de octubre del año anterior. Las tasas de crecimiento de la audiencia en general siguen aumentando de manera sostenida (véase la fig. 19).

Figura 19
Twitter, Facebook e Instagram, número de seguidores (español)



IV. Servicios de noticias y multimedia

39. El Departamento ha aumentado la producción prevista de contenido multimedia multilingüe sobre las prioridades de las Naciones Unidas y los acontecimientos de valor noticioso ocurridos en todo el sistema de las Naciones Unidas. Para ello se ha basado en las preferencias del público y ha adaptado el contenido a las diversas plataformas en las que participa el público, como los sitios web, las aplicaciones móviles y las plataformas de medios sociales. El contenido ha sido distribuido también por los asociados de los medios de comunicación y de otros lugares. El Departamento se centra en los métodos de distribución para asegurar que el público tenga acceso a información oportuna, equilibrada y precisa en formatos tanto tradicionales como nuevos. A través de la narración de historias, la presentación de informes y la exposición de ejemplos locales, el público mundial puede adquirir un conocimiento amplio de la labor de las Naciones Unidas.

A. Vídeo y televisión

Producción de vídeos

40. El Departamento siguió produciendo vídeos para programas de noticias, servicios de radiodifusión y medios sociales y experimentó con nuevos formatos, como la realidad aumentada, la realidad virtual y la visualización adaptada a los

dispositivos móviles, con los que obtuvo buenos resultados. Sin dejar de mantener una fuerte presencia en los medios tradicionales, durante el período que se examina el Departamento hizo esfuerzos por llegar a un público joven utilizando plataformas innovadoras, como imágenes y vídeos de 360 grados, produciendo vídeos cortos para la aplicación IGTV de Instagram y colaborando con asociados de medios digitales. Para algunos vídeos se recurrió a personajes reconocidos, como la bloguera Camila Coelho, del Brasil, que aboga por una moda más ecológica, y el equipo de baloncesto Harlem Globetrotters, de los Estados Unidos de América.

41. Con un enfoque fuertemente centrado en la acción climática en 2019, durante el período examinado el equipo de vídeo creó una película de realidad virtual, titulada *Salvando nuestro hogar*. La película, que muestra a jóvenes activistas del clima de Fiji, Tuvalu y Vanuatu, se presentó en Facebook y también se proyectó en la Cumbre por el Bien Social y en un desayuno de Jefes de Estado de las islas del Pacífico.

42. Los equipos de noticias, medios sociales y vídeo del Departamento coordinan cada vez más sus esfuerzos para producir contenidos multilingües para campañas temáticas. Este nuevo enfoque incluye la narración de historias impulsada por los beneficiarios y la difusión de datos sobre las Naciones Unidas que no son muy conocidos. Además, la longitud y el formato se ajustan para crear un contenido que sea atractivo para los medios tradicionales y los digitales a través de la serie de vídeos *La ONU en acción*, traducida a los seis idiomas oficiales. Por ejemplo, la Sección de Vídeo ha producido dos documentales en colaboración con la Oficina de Lucha contra el Terrorismo, en los que se visita la región del lago Chad y se amplifican las voces de los supervivientes de los atentados terroristas de Boko Haram.

43. A través de los medios sociales y canales de radiodifusión, el equipo de vídeo siguió promoviendo la labor de los países que aportan contingentes a las misiones de mantenimiento de la paz enviando a las emisoras imágenes de esas misiones a una tasa media de 30 vídeos al mes, a fin de poner de relieve las actividades de mantenimiento de la paz que realizan las Naciones Unidas en todo el mundo.

44. La Sección de Vídeo promovió los Objetivos de Desarrollo Sostenible creando un vídeo sobre cada uno de los 17 Objetivos, que envió cada mes a los medios de comunicación asociados. También produjo material de promoción para el lanzamiento del *bot* de la campaña Actúa Ahora, con el fin de alentar a las personas a tomar medidas en apoyo de los Objetivos. Además, la Sección de Vídeo creó clips de algunos de los embajadores mundiales de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluido el personaje ficticio Hello Kitty, que es el nuevo embajador para YouTube y otras plataformas de medios sociales.

45. En el marco de la cobertura de la Asamblea General que hizo el Departamento, la Sección de Vídeo produjo una serie de vídeos diarios de noticias bajo el título *La Asamblea General de las Naciones Unidas en 74 segundos*, un vídeo para la reunión de alto nivel sobre la financiación para el desarrollo, y un resumen de noticias, conocido como *wrap*, sobre la reunión de alto nivel acerca de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que se difundió en Noticias ONU y en los canales de las Naciones Unidas en los medios sociales.

UNifeed

46. UNifeed siguió constituyendo una de las principales fuentes de material audiovisual importante para emisoras de todo el mundo. Ofrece vídeos de calidad profesional con información oportuna de la Sede de las Naciones Unidas (Nueva York), de las misiones de mantenimiento de la paz y de más de 30 organismos, fondos y programas asociados.

47. El aumento de la cantidad de material de UNifeed transmitido por emisoras de todo el mundo en 2019 frente a 2018 fue excepcional (véase una comparación de la cantidad de visitas o emisiones en las figs. 20 y 21).

48. En septiembre de 2019, emisoras de todo el mundo transmitieron material de UNifeed en más de 20.000 ocasiones, lo que constituyó un nivel sin precedentes para el equipo y representó un aumento del 93,1 % respecto de septiembre de 2018. De enero a noviembre de 2019, se utilizaron reportajes de UNifeed en emisoras más de 112.000 veces, frente a 75.000 veces durante el mismo período de 2018, lo que supone un aumento del 49 %. El uso de ese material correspondió principalmente a emisoras de Oriente Medio (33 % del total) y de Europa (30 %).

Figura 20
UNifeed, número de visitas por mes

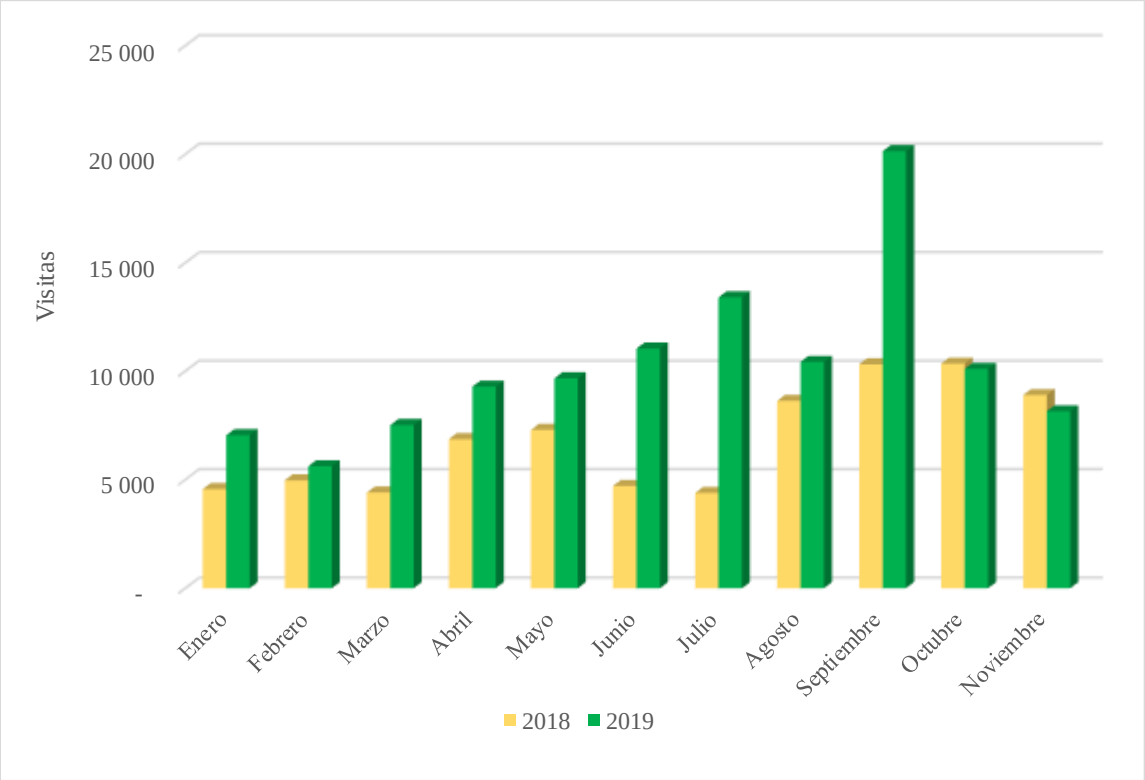
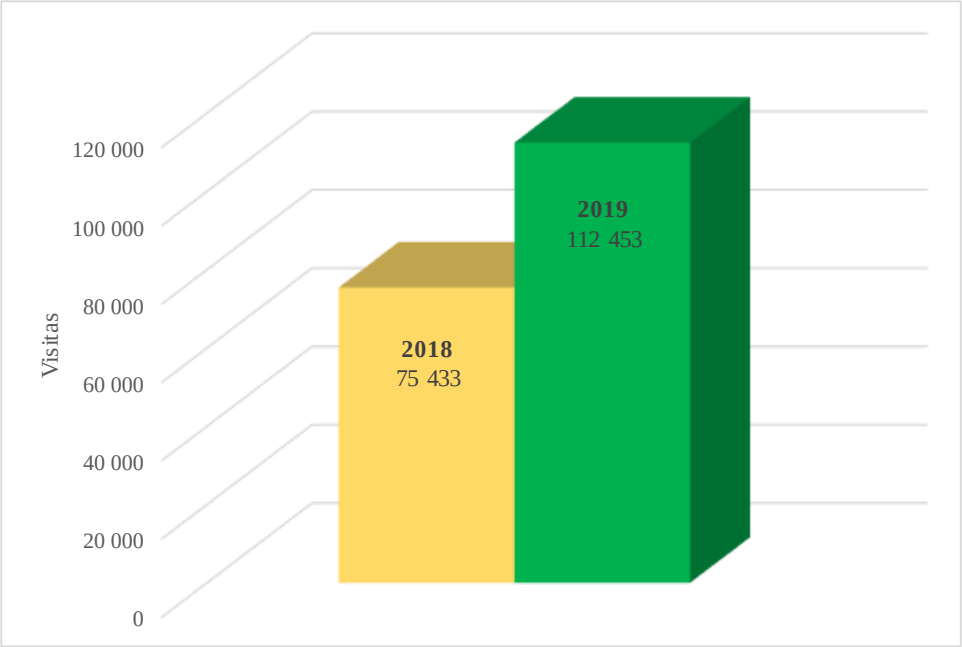


Figura 21
UNifeed, número de visitas por año



Transmisión web

49. El servicio de transmisión web (webtv.un.org) siguió llegando a públicos amplios y diversos, incluidos los jóvenes, en sus propias plataformas digitales y mediante la emisión en directo por YouTube, Facebook y Twitter. Alrededor de 63 millones de personas de 225 países y territorios vieron emisiones en directo y a demanda de las reuniones que se celebraron en las Naciones Unidas en 2019 en todas las plataformas, lo que supone un aumento del 25 % en comparación con el año anterior.

50. El Departamento de Comunicación Global, junto con el Departamento de la Asamblea General y de Gestión de Conferencias y con la Oficina de Tecnología de la Información y las Comunicaciones, viene estudiando opciones tecnológicas para generar metadatos multilingües básicos que podrían ser útiles para incrementar la disponibilidad de vídeos para su transmisión web a demanda en los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas. El Departamento de Comunicación Global seguirá colaborando con el Departamento de la Asamblea General y de Gestión de Conferencias para hacer un seguimiento de la evolución de la tecnología de traducción, con el fin de determinar cuándo podría ser una solución eficaz en función del costo que satisfaga las necesidades del Departamento.

Canal de las Naciones Unidas en YouTube

51. El número de suscriptores del canal de las Naciones Unidas en YouTube se incrementó en un 85 % en 2019 con respecto al año anterior y alcanzó los 615.000. Durante el mismo período, el canal recibió unos 31 millones de visitas, lo que representa un aumento del 41 % frente a los 12 meses anteriores. En el canal se vieron unos 120 millones de minutos de vídeo, lo que supone un aumento del 80 % en comparación con el año anterior. La participación del público también fue alta; los usuarios hicieron miles de comentarios.

Cobertura en directo, transmisiones e infraestructura de televisión

52. El servicio Televisión y Vídeo de las Naciones Unidas del Departamento siguió transmitiendo en directo las reuniones y los actos celebrados en la Sede de las Naciones Unidas (Nueva York). Entre otras cosas, transmitió las sesiones plenarias de la Asamblea General, sesiones del Consejo de Seguridad, todas las reuniones de alto nivel, actos especiales y sesiones de fotos del Secretario General a más de 480 emisoras clientes y agencias de todo el mundo. Durante la semana de alto nivel del septuagésimo cuarto período de sesiones de la Asamblea General, las emisoras utilizaron más de 2.000 horas de reuniones y eventos que tomaron de las transmisiones de Televisión y Vídeo de las Naciones Unidas, frente a 1.700 en 2018, lo que representa un aumento del 17,64 %.

B. Noticias y reportajes

53. El portal multilingüe Noticias ONU mostró un crecimiento exponencial durante el período sobre el que se informa en comparación con el mismo período de 2018. A mediados de noviembre de 2019 se habían consultado más de 22 millones de páginas en todos los idiomas, frente a 14,37 millones de enero a diciembre de 2018 (véase la fig. 22).

Figura 22
Noticias ONU, páginas vistas

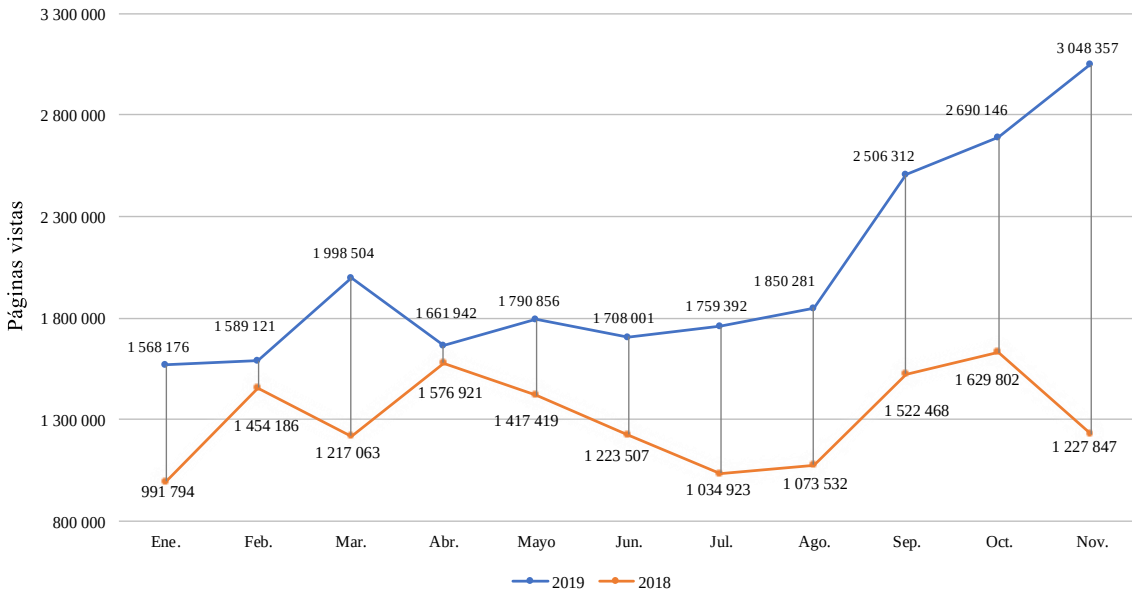
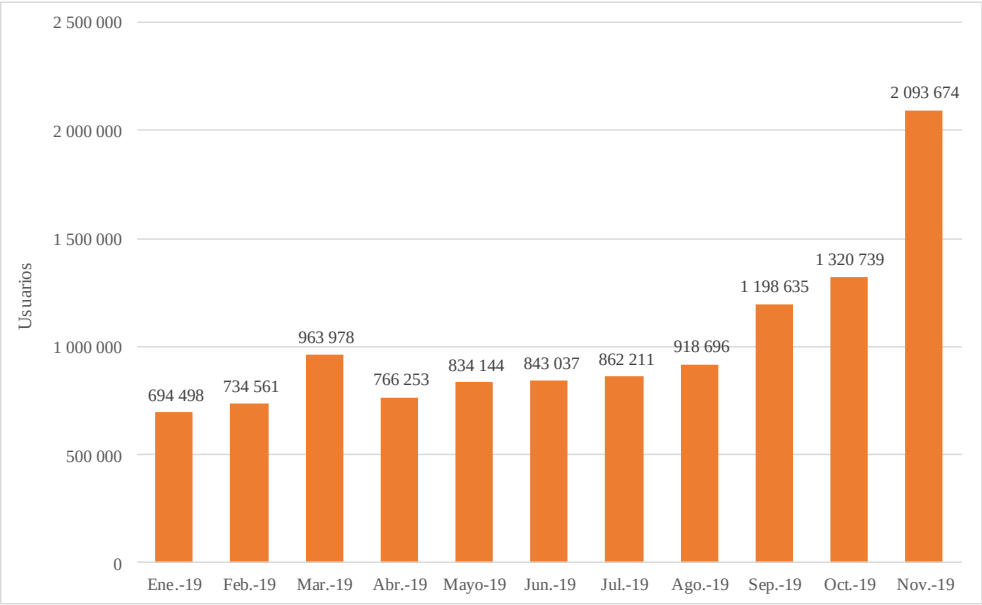


Figura 23
Noticias ONU, número de usuarios

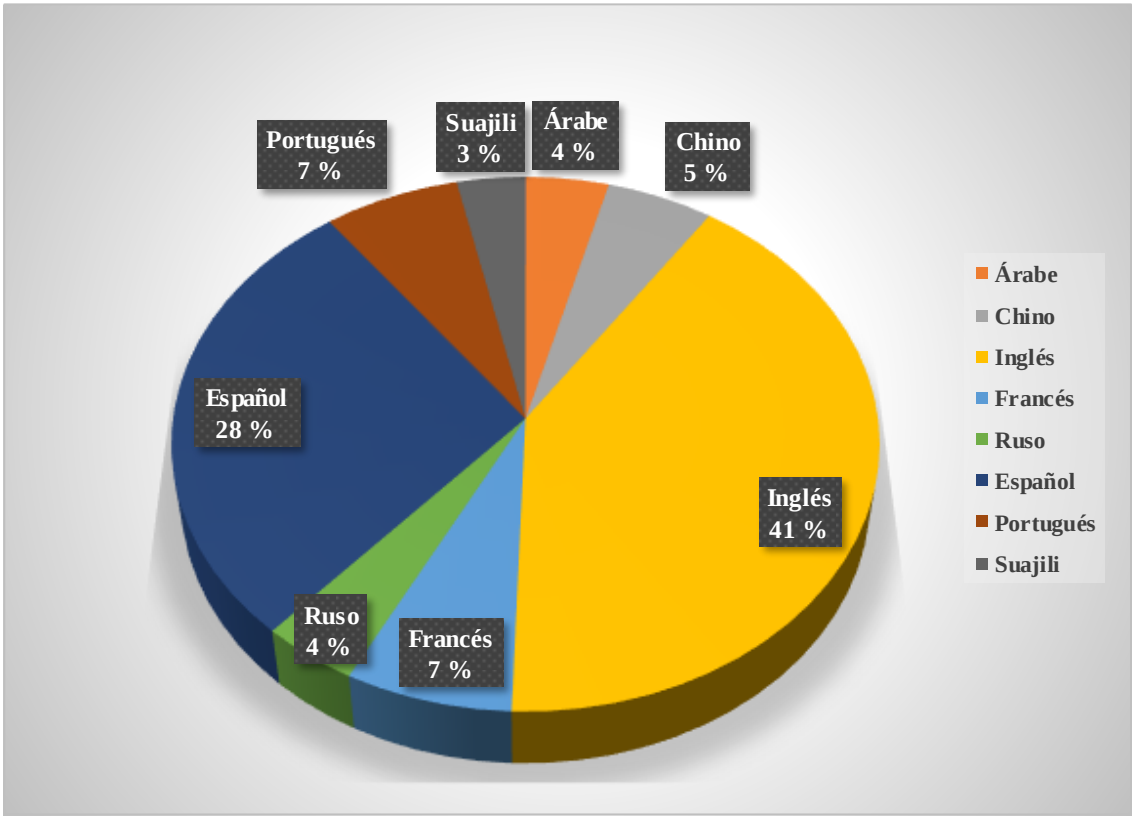


54. El número total mensual de usuarios en septiembre de 2019 alcanzó un nivel sin precedentes. La cobertura detallada de la semana de alto nivel de la Asamblea General y las cinco cumbres que se celebraron durante esa semana llegó a 2,5 millones de usuarios, frente a 1,5 millones en 2018 (véase la fig. 23).

55. El crecimiento del número de usuarios registrado de enero a noviembre de 2019 superó el 200 %, dado que el número pasó de 690.000 en enero a poco menos de 2,1 millones en noviembre. Los medios de comunicación asociados siguieron copiando, publicando, distribuyendo y haciendo referencia a materiales de Noticias ONU en diferentes idiomas; asimismo, distintos materiales fueron compartidos por importantes personas influyentes, entre las que se contaron activistas, políticos y famosos.

56. El aumento del público de Noticias ONU se debió en parte a la práctica de crear materiales explicativos claros, que desmitifican los procesos complejos, y al hecho de que Noticias ONU aporta color local a las cuestiones de interés mundial, a la vez que sirve siempre como una fuente de noticias autorizada y equilibrada. Noticias ONU es también el portal a través del cual se presenta la labor mundial de la Organización mediante contenidos multimedia, así como pódcast y otros contenidos de audio, y desde el cual se comparten esos contenidos en los medios sociales y en fuentes RSS. El portal multilingüe de Noticias ONU es el sitio en el que el público mundial encuentra información exhaustiva sobre la labor de las Naciones Unidas, ya sea en materia de paz, desarrollo, derechos humanos, acción climática o los Objetivos de Desarrollo Sostenible, entre otras cuestiones. Además, dado que se hace énfasis en un periodismo orientado a la búsqueda de soluciones, en los artículos se muestra cómo las Naciones Unidas están obteniendo resultados y cómo las personas, las comunidades locales y las autoridades contribuyen al logro de los objetivos de la Organización al tiempo que producen cambios positivos. La cuota de audiencia por idioma ha cambiado; el español presenta un crecimiento exponencial y el portugués ha aumentado su cuota (véase la fig. 24).

Figura 24
Noticias ONU, páginas vistas por idioma (2019)



57. En septiembre se lanzó una actualización de la aplicación Noticias ONU, con mejores imágenes, transmisión en directo y accesible de vídeos de los eventos y una oferta diaria de vídeos en varios idiomas. La aplicación actualizada reflejó una nueva y clara tendencia en la audiencia; por primera vez, el número de usuarios de la versión de Noticias ONU para móviles superó el número de usuarios de la versión de escritorio. En algunos idiomas, más del 75 % de los visitantes ya acceden al sitio web desde dispositivos móviles. El cambio hacia un contenido multimedia más idóneo para los medios sociales siguió atrayendo a los consumidores de noticias más jóvenes, de entre 18 y 34 años, que constituyen la mayoría de los usuarios de Noticias ONU.

58. Noticias ONU utilizó cada vez más Google Analytics y herramientas de optimización de los buscadores para probar los titulares y examinar distintos ángulos de las noticias al planificar el contenido. Gracias a la difusión estratégica de las noticias en las plataformas de medios sociales durante las 24 horas, el número de seguidores en los medios sociales aumentó considerablemente a lo largo del año. Solo en la semana de alto nivel se sumaron unos 650.000 seguidores, ya que el contenido se compartía con el público por región e idioma en función de un cronograma óptimo, dando prioridad a la información urgente y contribuyendo a la cobertura de cuestiones que eran tendencia y se estaban debatiendo en diversas plataformas.

59. El interés del público en la acción climática explica en gran medida el aumento sostenido de las páginas vistas a partir de septiembre y la cifra de más de 3 millones de páginas vistas en noviembre, cuando tradicionalmente se reduce el consumo de noticias. La crisis climática ocupó un lugar destacado entre los 20 artículos más consultados durante la última parte de 2019, y Noticias ONU produjo periódicamente reportajes en los que se mostraba el desarrollo sostenible en acción.

60. Noticias ONU Árabe registró un aumento del 15 % durante el período sobre el que se informa, con un total de 394.000 páginas vistas entre julio y mediados de noviembre. En el período examinado, el equipo de idioma árabe presentó una serie de reportajes en los que se destacaba la labor de las Comisiones Principales de la Asamblea General, que fueron bien recibidos por el público. Otro artículo que tuvo una buena recepción fue el referido al anuncio de la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados de que en el marco de la Iniciativa Académica Alemana para Refugiados Albert Einstein se aceptarían solicitudes de becas de los refugiados que vivían en la Región del Kurdistán (Iraq).

61. El público que siguió las noticias en árabe utilizó cada vez más las plataformas digitales. En consecuencia, se produjo un fuerte aumento de los seguidores de la cuenta de Noticias ONU Árabe en Twitter, de alrededor del 40 % en comparación con 2018. En Facebook se registró un aumento de aproximadamente el 25 % en el número de seguidores respecto del año anterior, con una participación sustancial de los seguidores. En YouTube, el número de suscriptores aumentó alrededor del 20 %.

62. En comparación con el mismo período de 2018, la audiencia del sitio web de Noticias ONU Chino creció más de un tercio, con un total de 547.000 páginas vistas entre principios de julio y mediados de noviembre. Durante la semana de alto nivel de la Asamblea General, se incorporó en Noticias ONU Chino una transmisión web en directo del debate general, lo que ayudó a atraer más tráfico al sitio web. En 2019, Noticias ONU Chino transmitió en directo por primera vez en Sina Weibo los discursos de distintos líderes mundiales. El discurso del Secretario General sobre la labor de la Organización generó casi 220.000 visitas.

63. Noticias ONU Chino, en colaboración con el equipo de las Naciones Unidas en China, produjo la serie de reportajes “Naciones Unidas-China: 40 años”, en la que ofreció al público una visión profunda y única de la labor que realiza la Organización en ese país. La serie fue compartida ampliamente en Sina Weibo y WeChat. Además, el Gobierno de China publicó partes de la serie en varios de sus sitios web y plataformas de medios sociales.

64. El sitio web de Noticias ONU Inglés registró una notable tasa de crecimiento de casi el 70 %, y alcanzó la cifra de 4,79 millones de páginas vistas entre principios de julio y mediados de noviembre. En septiembre y octubre, por primera vez, el sitio web recibió más de un millón de visitas durante dos meses consecutivos. Además, la duración media de las visitas aumentó ligeramente, lo que demuestra que mejoró la retención del público. En la semana de alto nivel se registró un enorme crecimiento de la audiencia, con un aumento del 71 % en el número de usuarios y del 53 % en el número de páginas vistas.

65. El público respondió muy bien a la priorización por Noticias ONU Inglés de contenidos explicativos y productos multimedia relativos a las cinco cumbres celebradas durante la semana de alto nivel; el número de páginas vistas en septiembre llegó a casi 1,3 millones, más del doble que en 2018. En términos más generales, la producción de artículos multimedia, programas de audio, pódcast, reportajes y reportajes fotográficos viene captando la atención del público y proporcionando una cobertura crítica de los temas prioritarios y las cuestiones más buscadas en el sitio web, como los derechos humanos, la paz y la seguridad, el cambio climático y la salud. Con casi 200 medios de comunicación asociados que emiten programas de Noticias ONU en todo el mundo, Noticias ONU llega a más audiencias, y no solo a quienes leen sus contenidos en el sitio web, los escuchan en audio y siguen sus cuentas en medios sociales.

66. Los artículos producidos por Noticias ONU Francés obtuvieron 420.000 páginas vistas durante el período sobre el que se informa, lo que representa un aumento del 72 % en comparación con el mismo período de 2018. El equipo de idioma francés

produjo una serie de vídeos en los que se mostraban discursos de Jefes de Estado y de Gobierno y entrevistas exclusivas realizadas durante la serie de sesiones de alto nivel de la Asamblea General, que tuvieron éxito con audiencias de todo el mundo y fueron de particular interés para el público en Twitter. También resultaron muy populares los vídeos en que el Secretario General hacía observaciones a la prensa sobre las manifestaciones públicas masivas que se estaban produciendo en todo el mundo. La entrevista de Noticias ONU Francés con la Mujer Policía de las Naciones Unidas del Año, nacional del Senegal, fue vista por casi 600.000 personas en todas las plataformas de medios sociales del equipo.

67. Entre los principales temas que cubrió Noticias ONU Francés se encuentran la dignidad, la justicia social, el clima, la salud, los derechos del niño y los jóvenes. El público respondió positivamente cuando distintas personas influyentes compartieron artículos sobre estas importantes cuestiones en los medios sociales. Las cuestiones africanas ocuparon un lugar destacado entre los temas más populares en Noticias ONU Francés. De las 50 noticias más populares que se cubrieron durante el período examinado, 20 trataban de cuestiones africanas. Se prestó especial atención a la cobertura de los países africanos de habla francesa. El público prestó mucha atención a los artículos sobre Burundi, la República Centroafricana y Malí, y sobre la paz y la seguridad en la República Centroafricana, la República Democrática del Congo y Malí, donde las Naciones Unidas tienen operaciones de mantenimiento de la paz.

68. Muchos nuevos asociados se han puesto en contacto con el equipo de Noticias ONU Suajili, incluidos importantes grupos de medios de la región en que se habla suajili, como Border TV de Kenya y, en la República Unida de Tanzanía, el canal de televisión Channel Ten, que transmite en todo el país y por satélite, Zenj TV, que tiene su sede en Zanzíbar, y la Corporación de Radiodifusión de Tanzanía. Clouds Media Group, el consorcio de radiodifusión más grande de la República Unida de Tanzanía, empezó a emitir las noticias diarias producidas por el equipo de Noticias ONU Suajili en diciembre. Las nuevas alianzas reflejaron el fortalecimiento de la cooperación con las oficinas de las Naciones Unidas sobre el terreno. En 2019, las suscripciones al canal de Noticias ONU Suajili en YouTube aumentaron en un 111 % y el número de impresiones en YouTube se incrementó en un 150 %, hasta 12,2 millones.

69. Noticias ONU Suajili incorporó voces comunitarias en sus artículos y reportajes, impulsando la cooperación con los asociados de los medios de noticias, los organismos del sistema de las Naciones Unidas y los centros de información de las Naciones Unidas, lo que permitió establecer un mayor contacto con el público. Entre los reportajes que resultaron más populares cabe citar un artículo sobre la labor de empoderamiento realizada por el Fondo de Población de las Naciones Unidas en las comunidades locales de Zanzíbar para educar a las familias en materia de salud reproductiva y planificación familiar, y un reportaje sobre un joven empresario de la República Unida de Tanzanía que ganó el Premio a la Conservación Joven en África de World Wildlife Fund por convertir desechos agrícolas en carbón vegetal para combustible en el marco de un proyecto que también generó puestos de trabajo. Distintos medios de comunicación locales y regionales difundieron algunas entrevistas originales con dignatarios visitantes que produjo Noticias ONU Suajili durante la semana de alto nivel.

70. Durante el período examinado, el número de páginas vistas de Noticias ONU Portugués aumentó en un 97 % y el número de usuarios en un 221 % en comparación con 2018. Noticias ONU Portugués viene aumentando su audiencia promoviendo su contenido a través de socios e interesados, utilizando palabras clave en los títulos para lograr la optimización de los buscadores y analizando mensualmente los resultados. La alianza establecida con el equipo de las Naciones Unidas en Mozambique permitió hacer un reportaje sobre el terreno. Durante ese viaje, el Departamento cubrió con noticias multimedia la visita del Secretario General después de que dos ciclones

azotaran el país uno tras otro. El viaje permitió generar una gran cantidad de material, como una serie de vídeos documentales producida por Noticias ONU Portugués que se estrenó en diciembre de 2019.

71. La red de asociados de Noticias ONU Portugués incluye 400 organizaciones de medios de comunicación de todo el mundo. En octubre, Noticias ONU Portugués logró que la fuente RSS de Noticias ONU se volviera a conectar con UOL, la mayor empresa de servicios digitales y contenidos en línea del Brasil, que tiene más de 98 millones de visitantes únicos cada mes. Otros asociados fueron Rádio e Televisão de Portugal (RTP) y Lusa News Agency de Portugal, las principales fuentes de referencia que suministran contenido digital a las más importantes fuentes de información de Europa, África y Asia. Las noticias que se emiten cada hora en la radio de RTP se actualizan con material producido por Noticias ONU Portugués.

72. Durante el período sobre el que se informa, el número de páginas vistas de Noticias ONU Ruso aumentó en un 60 % en comparación con el mismo período de 2018. Entre los visitantes del sitio se encuentran algunas de las agencias de información más importantes de la región, que adaptan y reutilizan el contenido y lo llevan a millones de usuarios. Una entrevista con un activista de Kazajstán que lucha contra la violencia sexual, producida por Noticias ONU Ruso, fue utilizada en toda la región por distintos medios, entre los que se encuentran Informburo.kz y Central Asia News.Net, dos importantes agencias de noticias. Un artículo sobre el llamamiento del Secretario General a los líderes del Grupo de los Siete para que se comprometieran y demostraran voluntad política para hacer frente a la emergencia climática fue recogido por Russia Today (RT), que incluyó un enlace al sitio web de Noticias ONU Ruso. El artículo recibió 1,6 millones de “me gusta”. Una gran plataforma regional de noticias de Asia Central, Kazinform, celebró una nueva alianza con Noticias ONU y comenzó a difundir sus contenidos.

73. En función de un análisis de impacto y de la necesidad de fortalecer la orientación al cliente, el equipo de Noticias ONU Ruso ha estado adaptando los contenidos con un ángulo regional y, al hacerlo, ha logrado un mayor impacto, como lo demuestra la atención del público. En agosto, Noticias ONU Ruso dirigió la labor de reportaje sobre el terreno en el antiguo polígono de ensayos nucleares de Semipalatinsk (Kazajstán) y puso de relieve la cuestión del desarme, que es motivo de gran preocupación en la región. La cobertura de las cuestiones relativas a la salud y el clima siguió figurando entre los 20 principales artículos de Noticias ONU Ruso durante el período examinado en el informe. En el marco de una reciente alianza con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Noticias ONU Ruso publicó artículos sobre los derechos de las mujeres en la República Islámica del Irán y las parlamentarias de Kazajstán, así como sobre la Convención sobre los Derechos del Niño y el Día Mundial del Retrete.

74. Noticias ONU Español ha sido capaz de fortalecer el mensaje de las Naciones Unidas en todo el mundo de habla hispana, duplicando con creces su impacto en la audiencia entre julio y noviembre, pasando de unos 1,3 millones a 3,2 millones de páginas vistas. Con el aumento del número de seguidores de Noticias ONU tanto en Facebook como en Twitter, los tuits de Noticias ONU Español llegaron a un total acumulado de 6,3 millones de personas y generaron 747.000 interacciones. Sus publicaciones en Facebook llegaron a 1,7 millones de personas. Algunas de las publicaciones de Noticias ONU Español en Twitter fueron retransmitidas por personas influyentes, incluidos Jefes de Estado y asociados de las Naciones Unidas.

75. Noticias ONU Español viene aplicando un enfoque basado en la comunicación centrada en la audiencia, y prestando constante atención a la optimización de los buscadores, los cambios en las preferencias e intereses de la audiencia y las tendencias de los medios sociales, además de adaptar el contenido a esas necesidades

de manera estratégica y oportuna. Ese enfoque ha dado resultados notables en cuanto al crecimiento del número de usuarios y la participación de estos en América Latina, España y los Estados Unidos.

76. En estrecha colaboración con los centros de información de las Naciones Unidas en la región, Noticias ONU Español ha publicado en su sitio web cada vez más entrevistas interesantes y materiales multimedia desde el terreno, que incluyeron artículos sobre, por ejemplo, la integración de los migrantes en Buenos Aires y la igualdad de género en México, y un reportaje fotográfico sobre la Misión de Verificación de las Naciones Unidas en Colombia y la reincorporación de los exmiembros de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia–Ejército del Pueblo (FARC-EP).

V. Otros servicios

A. Fotografías y archivos audiovisuales

La digitalización y la Biblioteca Audiovisual

77. La digitalización de los archivos audiovisuales de las Naciones Unidas, que ha sido posible gracias al apoyo financiero del Gobierno de Omán, ha contribuido a aumentar el acceso desde todas partes del mundo a las colecciones audiovisuales históricas. El material se está transfiriendo de formatos frágiles y obsoletos a formatos digitales accesibles y se está cargando en el sitio web de la Biblioteca Audiovisual. Si bien uno de los resultados más positivos ha sido una mayor y más amplia accesibilidad, el objetivo general del proyecto es asegurar la preservación de artículos de valor singular para la investigación actual y futura, para que se reutilicen en producciones multimedia y para que se incluyan en los programas educativos. Durante el período sobre el que se informa, se añadieron unos 3.000 películas, vídeos y audios históricos a un total general de 27.500 artículos digitalizados. Eso representa aproximadamente el 30 % de los activos audiovisuales históricos que se digitalizarán.

78. Estos registros históricos han redundado en beneficio de instituciones educativas y culturales, misiones diplomáticas de las Naciones Unidas, medios de comunicación internacionales, editoriales, empresas de radiodifusión y productores independientes de todo el mundo. Permiten seguir difundiendo la labor de las Naciones Unidas a un público más amplio de todo el mundo. Como muestra del gran interés que existe en el contenido de los archivos, se descargaron unos 8.300 archivos audiovisuales del sitio web de la Biblioteca Audiovisual y se vieron 26.000 vídeos históricos. Las colecciones de archivos audiovisuales de las Naciones Unidas se utilizaron en exposiciones, proyectos multimedia en línea y programas de noticias y medios de comunicación.

Fotografías y la Fototeca

79. Se ha mostrado un gran interés en el uso de fotografías de la colección de las Naciones Unidas por parte de medios de comunicación internacionales, editoriales, cineastas, misiones permanentes e instituciones educativas y culturales, así como por oficinas de las Naciones Unidas en todo el mundo. Se han empleado 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.

80. Durante el período que abarca el informe, se descargaron aproximadamente 73.000 fotografías directamente del sitio web del Servicio de Fotografía de las Naciones Unidas. Además, la Fototeca distribuyó más de 150.000 fotografías. Se agregaron leyendas en unas 14.000 fotografías y se mejoraron sus metadatos para que se obtuvieran resultados de búsqueda más precisos y para facilitar la localización en la web.

81. El Departamento ha comenzado a aplicar un nuevo y sólido sistema de gestión de activos digitales para administrar las fotografías que se producen en todo el mundo, hacerlas más accesibles y preservarlas para las generaciones futuras.

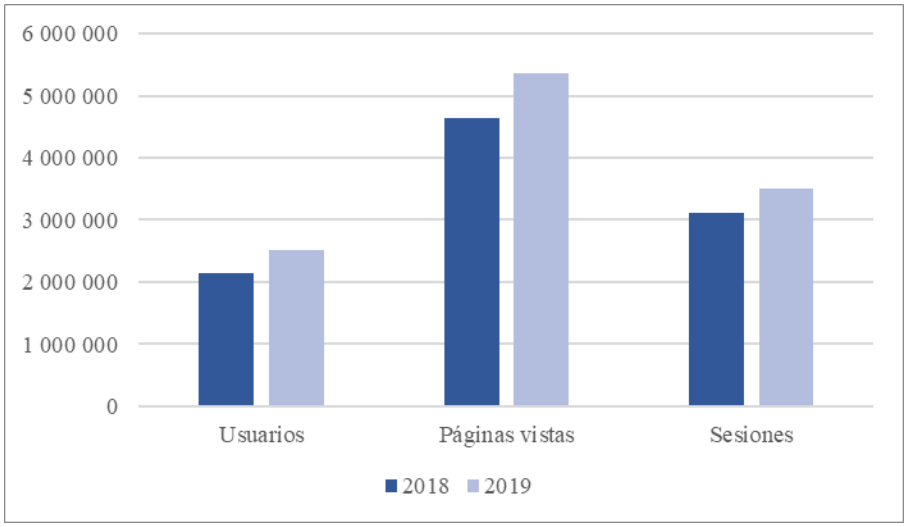
B. Información sobre reuniones

82. La Sección de Información sobre Reuniones siguió proporcionando una cobertura rápida, precisa y amplia de todas las reuniones públicas de los órganos principales de las Naciones Unidas y sus órganos subsidiarios clave en la Sede y en el extranjero, así como de determinadas conferencias y reuniones informativas para la prensa. Se difundieron comunicados de prensa a una audiencia mundial, tanto en línea como a través de la red mundial de centros de información de las Naciones Unidas. Entre el 1 de julio y el 31 de diciembre de 2019, la Sección produjo 1.741 comunicados de prensa, resúmenes y transcripciones en francés e inglés, que sumaron un total de 10.055 páginas.

83. Según los datos obtenidos de Google Analytics, los sitios web de información sobre reuniones y comunicados de prensa en inglés y francés (www.un.org/press/en y www.un.org/press/fr, respectivamente) fueron visitados en 2019 por personas de unos 240 países y territorios, incluidos territorios remotos y escasamente poblados, como San Pedro y Miquelón (Francia) y el Territorio de la Isla Christmas (Australia).

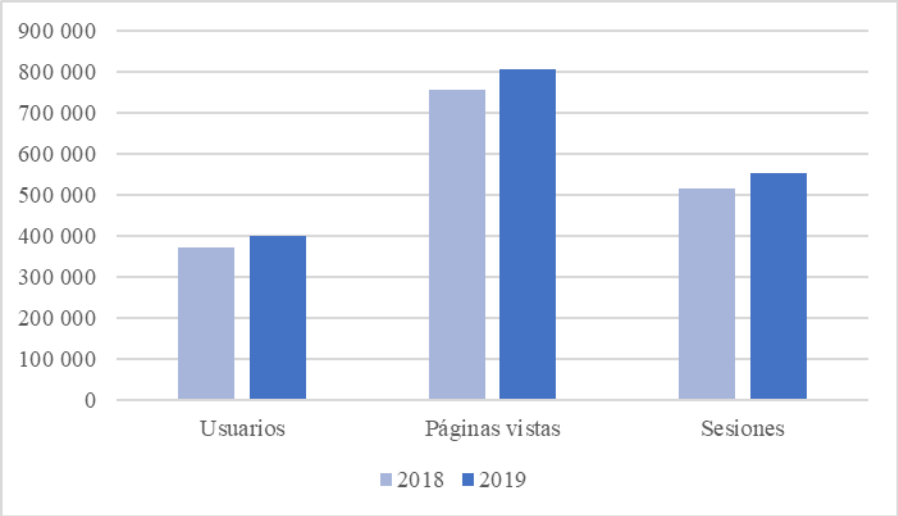
84. En 2019, el sitio en inglés tuvo más de 2,5 millones de usuarios y 5,37 millones de páginas vistas en 3,5 millones de sesiones. Todas estas cifras representan un incremento en comparación con el año anterior (véase la fig. 25). En general, el número de usuarios del sitio aumentó alrededor del 17 % respecto del año anterior. La mayor parte del público se encontraba en América.

Figura 25
Estadísticas del sitio web de información sobre reuniones y comunicados de prensa (inglés)



85. El sitio en francés tuvo más de 373.000 usuarios y 756.000 páginas vistas en más de 515.000 sesiones, lo que también supuso un aumento con respecto al año anterior (véase la fig. 26). En general, los usuarios del sitio web aumentaron cerca del 7 % en comparación con el año anterior, y casi la mitad de los visitantes procedían de África (47 %).

Figura 26
Estadísticas del sitio web de información sobre reuniones y comunicados de prensa (francés)



C. Servicios prestados a los medios de comunicación: acreditación y enlace con los medios de información

86. La Dependencia de Acreditación y Enlace con los Medios de Información sigue facilitando la cobertura por parte de los medios de comunicación de las sesiones, los actos y las reuniones informativas que se celebran en la Sede de las Naciones Unidas. También informa a los colegas y las misiones de las disposiciones relativas a los medios de información y distribuye información y materiales para sensibilizar a los periodistas acreditados en la Sede y en otros lugares. Entre julio de 2019 y enero de 2020, la Dependencia tramitó unas 5.000 solicitudes de acreditación, en particular durante la semana de alto nivel del septuagésimo cuarto período de sesiones de la Asamblea General. Antes del debate general, la Dependencia organizó reuniones informativas y recorridos para los representantes de los medios de comunicación y los Estados Miembros, supervisó el centro de medios de comunicación temporal y coordinó la utilización de emplazamientos en la Sede para las transmisiones en directo de las emisoras internacionales. La Dependencia ofrece a la prensa información actualizada sobre las reuniones informativas, las sesiones y las actividades de divulgación en su sitio web, por medio del correo electrónico y en su cuenta de Twitter. También difunde avisos, declaraciones e informes de todo el sistema de las Naciones Unidas.

D. Alianzas

87. Durante el período que abarca el informe, el Departamento amplió las alianzas con medios de comunicación en línea en múltiples formatos y con plataformas de emisión en directo que transmiten el contenido de audio de Noticias ONU y ofrecen programas de la Sección de Vídeo. Entre los medios de comunicación tradicionales que actualmente difunden contenidos de las Naciones Unidas figuran Kenya Broadcasting Corporation y Radio Canada International. WNYE, de Nueva York, emite programas de audio, pódcast y entrevistas de Noticias ONU. Desde BRICS TV, de Sudáfrica, hasta distintas emisoras de radio universitarias de España, el contenido multimedia sobre las Naciones Unidas está llegando a públicos cada vez más numerosos y muy diversos a través de todas las plataformas.

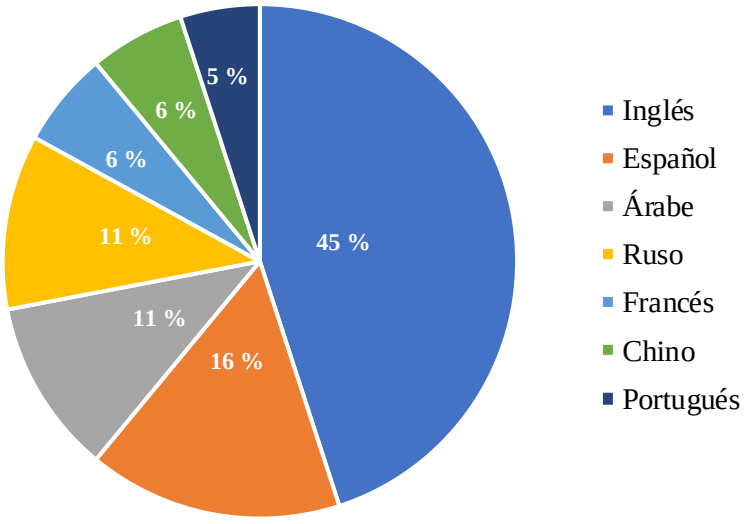
88. Gracias a una alianza con la plataforma de transmisión de audio en continuo SoundCloud, el nuevo pódcast de Noticias ONU orientado a los jóvenes, titulado *UNcomplicated*, fue reproducido por más de 155.000 personas en sus primeras dos semanas, cifra que supera ampliamente el valor de referencia propio de SoundCloud, de 30.000 reproducciones de nuevos contenidos de palabra hablada. Durante la semana de alto nivel de la Asamblea General, SoundCloud elaboró una lista de reproducción para jóvenes con fragmentos y entrevistas que había reunido bajo el título *Sonidos de la Asamblea General de las Naciones Unidas*, que alcanzó 9.500 reproducciones en dos semanas y ha tenido un crecimiento constante de audiencia desde entonces.

89. En septiembre, el Departamento asistió a la exposición anual de Airline Passenger Experience Association (APEX EXPO) en Los Ángeles (Estados Unidos) y presentó una serie de contenidos multimedia de las Naciones Unidas a las líneas aéreas y a proveedores de servicios de entretenimiento a bordo. Gracias a esa presentación, el Departamento está manteniendo conversaciones con distintas líneas aéreas y proveedores de servicios de todo el mundo que han expresado su interés en ofrecer productos multimedia a su base de clientes internacional.

E. Seguimiento de noticias

90. El Departamento continuó haciendo un seguimiento de la cobertura informativa mundial de las Naciones Unidas y de las principales cuestiones internacionales relacionadas con su misión en los seis idiomas oficiales y portugués. Tras el septuagésimo cuarto período de sesiones de la Asamblea General se elaboró un informe especial de investigación sobre los medios digitales. La Asamblea General fue mencionada en casi 58.000 ocasiones en más de 1.300 fuentes de noticias en línea de primer nivel en los seis idiomas oficiales y en portugués; el 58 % de las menciones se hicieron en referencia a la semana de alto nivel. Casi la mitad de las menciones se hicieron en fuentes en idioma inglés (45 %), seguidas del español, el árabe y el ruso (véase la fig. 27).

Figura 27
Porcentaje de artículos sobre el septuagésimo cuarto período de sesiones de la Asamblea General por idioma (de 11 a 30 de septiembre de 2019)



VI. Conclusión

91. El interés mundial en la labor de las Naciones Unidas y el deseo de disponer de información precisa y oportuna sobre los asuntos internacionales siguen en aumento. El Departamento sigue encontrando nuevos enfoques y nuevas formas de satisfacer ese interés y llegar a un público mundial y lograr su participación con miras a fortalecer el apoyo a la labor, los principios y los propósitos de las Naciones Unidas mediante la producción y distribución de materiales informativos y de noticias equilibrados y su difusión a través de los medios de comunicación tradicionales y las nuevas plataformas de distribución móviles y en la web.

92. El Departamento tiene la orientación general de aplicar un enfoque más centrado en el público a la hora de distribuir contenido en todos los formatos y usar el análisis como componente esencial de la planificación, y está mejorando la coordinación en los productos de comunicación desde que se conciben hasta que se producen. El Departamento se ha comprometido a elaborar programas que respondan a las necesidades de los distintos públicos.

93. Durante el período examinado en el informe, las cifras de audiencia y los niveles de participación aumentaron en todos los idiomas y plataformas. A medida que el Departamento se esfuerza por ampliar sus opciones de distribución de contenidos a través de asociados, plataformas de terceros y de medios sociales, y canales de difusión modernos, los medios de comunicación de todo el mundo difunden cada vez más sus noticias y reportajes en los distintos idiomas, lo que contribuye a ampliar aún más la audiencia.

94. La renovación de un.org comenzó con el lanzamiento de la nueva página de inicio en los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas y ya ha dado frutos, ya que los usuarios permanecen más tiempo en el sitio y profundizan en la información gracias a la estructura más fácil de usar. En el próximo año se seguirá trabajando en la renovación del sitio.

95. El multilingüismo siguió siendo prioritario; el Departamento continuó sus tareas encaminadas a fortalecer el multilingüismo en todas las plataformas en los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas y, en algunos casos, también en otros idiomas. El impacto y el alcance han aumentado en todos los idiomas y el Departamento seguirá explorando nuevas tecnologías y estudiando oportunidades de colaboración con otros departamentos para seguir fortaleciendo el multilingüismo.